

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

## Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

бакалавра

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему Оцінка маркетингової діяльності підприємства  
(на матеріалах ПП «КАРТА МИРА»)

Evaluation of marketing activity of the enterprise  
(on the materials of the private enterprise «KARTA MIRA»)

Виконав: студент 4 курсу, групи 4МНгт  
спеціальності 073 «Менеджмент»  
освітньо-професійної програми  
«Менеджмент готельного і туристичного  
бізнесу»

(шифр і назва спеціальності)

Гіжицька В.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник к.е.н., доц. Кокорєва О.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Сатулов Є.А.

(прізвище та ініціали)

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу  
Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму  
Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр  
Спеціальність 073 «Менеджмент»  
Освітньо-професійна програма «Менеджмент готельного і туристичного бізнесу»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

В.о.завідувача кафедри  
к.е.н., доц. Набока Р.М.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

## **ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Гіжицькій Вікторії Олегівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Оцінка маркетингової діяльності підприємства (на матеріалах ПП «КАРТА МИРА»)

керівник роботи Кокорева О.В, к.е.н., доц.,  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «25» 01 2021 р. № 58-с

2. Строк подання студентом роботи 7 червня 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи Статистичні дані та матеріали звітності ПП «КАРТА МИРА» за 2019-2020 рр., інформація періодичних видань, ресурси інформаційної мережі

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) \_\_\_\_\_

Вступ

1. Теоретичні аспекти маркетингової діяльності туристичних підприємств

2. Оцінка маркетингової діяльності підприємства

3. Удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства

Спецчастина: охорона праці

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

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

Наочний матеріал на 5 аркушах

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з охорони праці	Кузнєцов С.І. – к.е.н., доц.		
Консультант з використання ПЕОМ	Кокорева О.В. – к.е.н., доц.		
Консультант з нормоконтролю	ст. викладач – Пацай Т. В.		

7. Дата видачі завдання 25 січня 2021 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вивчення літературних джерел	До 10.02.2021 р.	
2	Написання теоретичної частини	До 20.02.2021 р.	
3	Збір матеріалів	До 05.03.2021 р.	
4	Написання аналітичної частини	До 20.03.2021 р.	
5	Написання рекомендаційної частини	До 20.04.2021 р.	
6	Написання розділу охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях	До 10.05.2021 р.	
7	Задачі ПЕОМ	До 12.05.2021 р.	
8	Висновки та рекомендації	До 30.05. 2021 р.	
9	Представлення завершеної роботи керівнику	До 30.05. 2021 р.	
10	Отримання відзивів та рецензій	До 7.06.2021 р.	

Студент \_\_\_\_\_ Гіжицька В.О.  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Кокорева О.В.  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

<b>ВСТУП</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	<b>7</b>
1.1. Організаційно-економічна сутність процесів управління підприємств	7
1.2. Маркетингова діяльність як ланка в управлінні туристичними підприємствами	17
1.3. Маркетингова діяльність туристичних підприємств відповідно до стратегії їх управління	27
Висновки до розділу 1	38
<b>РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	<b>39</b>
2.1. Загальна характеристика туристичного підприємства «КАРТА МИРА» в контексті управління маркетинговою діяльністю	39
2.2. Оцінка конкурентоспроможності туристичного підприємства	50
2.3. Аналіз маркетингової діяльності підприємства	60
Висновки до розділу 2	68
<b>РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА</b>	<b>70</b>
3.1. Оптимізація маркетингової діяльності при наданні туристичних послуг	79
3.2. Моделювання маркетингової діяльності туристичного підприємства відповідно до стратегії його управління	84
<b>СПЕЦЧАСТИНА: ОХОРОНА ПРАЦІ</b>	<b>86</b>
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b>	<b>92</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>95</b>

## ВСТУП

Стрімкий розвиток економіки вплинув на посилення конкурентної боротьби, визначив необхідність широкого впровадження комплексу маркетингу та застосування якісно нового підходу до управління маркетингом. Маркетинг, що зародився у виробничій сфері, тривалий час не знаходив відповідного застосування у сфері послуг, зокрема в туризмі. Туристичні підприємства рідко звертаються до засобів маркетингу з метою зниження рівня ризику; практично не реалізують такі необхідні для успішного розвитку функції маркетингу, як моніторинг факторів зовнішнього середовища, у тому числі вивчення потреб споживачів, дослідження кон'юнктури ринку, тенденцій розвитку тощо. Однак зростання конкуренції, комерціалізація туристичної діяльності привели до необхідності якнайшвидшого впровадження його основних елементів у практику роботи туристичних підприємств. Все це обумовлює актуальність управління маркетинговою діяльністю туристичних підприємств.

Різні аспекти теоретичних і практичних питань розвитку туристичних підприємств та управління комплексом маркетингу розглядали багато закордонних та вітчизняних авторів, а саме: Р. Бартон, Дж. Вокер, Ф. Котлер, Р. Ланкар, М. Монтехано, Р. Олльє, Д. Пірс, Дж. Холловей, В.І. Азар, І.Т. Балабанов, В.С. Барчукова, В.Г. Гуляєв, І.В. Зорін, Д.К. Ісмаєв, В.О. В.С. Сенін, В.А. Честнікова. Однак нині ще недостатньо розкрито питання комплексного підходу до застосування різних елементів комплексу маркетингу та необхідності врахування особливостей управління туристичними підприємствами.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність туристичного підприємства «КАРТА МИРА».

Предмет дослідження є процес оцінювання маркетингової діяльності туристичного підприємства.

Метою даної роботи є обґрунтування теоретичних і практичних засад

оцінювання маркетингової діяльності у сфері туризму.

Реалізація цієї мети зумовлює основні задачі дослідження:

- уточнити організаційно-економічну сутність процесів управління підприємств;
- визначити маркетингову діяльність як ланку в управлінні туристичними підприємствами;
- вивчити маркетингову діяльність туристичних підприємств відповідно до стратегії їх управління;
- дати загальну характеристику туристичного підприємства «КАРТА МИРА» в контексті управління маркетинговою діяльністю;
- оцінити конкурентоспроможність туристичного підприємства;
- проаналізувати маркетингову діяльність підприємства;
- оптимізувати маркетингову діяльність при наданні туристичних послуг;
- побудувати модель маркетингової діяльності туристичного підприємства відповідно до стратегії його управління.

У процесі дослідження використано: методи стохастичного, порівняльного, ретроспективного та прогнозного економічного аналізу, статистичного аналізу рядів динаміки з використанням методів кореляційно-регресійного аналізу (при дослідженні динаміки туристських потоків та їх прогнозування на майбутній період); моніторингу (при аналізуванні інформації щодо процесів управління маркетинговою діяльністю туристичних підприємств) тощо.

Інформаційною базою дослідження та обґрунтування основних положень кваліфікаційної роботи бакалавра були статистичні матеріали Державного комітету статистики України, публікації в економічній періодиці, планові та звітні дані ПП «КАРТА МИРА» за 2019-2020 рр.

Отримані результати і розробки спрямовано на вдосконалення маркетингової діяльності ПП «КАРТА МИРА».