

**Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут**

Кафедра маркетингу та реклами

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА
РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ»**

**(за матеріалами ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС», м. Вінниця)**

Здобувача вищої освіти
2 курсу, групи МР-21з(м),
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньої програми «Маркетинг»
заочної форми навчання

Діни ПАЛАМАРЧУК

Науковий керівник
кандидат економічних наук

Юрій ДОВГАНЬ

Гарант освітньої програми
доктор економічних наук,
професор

Ірина ПОЛЩУК

Вінниця 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	6
1.1 Теоретична сутність, місце та роль маркетингового аналізу діяльності підприємства	6
1.2 Особливості маркетингової діяльності підприємства на ринку туристичних послуг	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС»	19
2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС»	19
2.2 Аналіз комплексу маркетингу ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС»	26
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	33
3.1 Використання сучасних методик дослідження ринку туристичних послуг як напрям удосконалення діяльності підприємства	33
3.2 Напрями застосування результатів маркетингового аналізу для удосконалення діяльності ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС»	37
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТКИ	

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Паламарчук Д. Маркетинговий аналіз діяльності підприємства на ринку туристичних послуг. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : збірник наукових праць XI Всеукр. студ.наук.-практ. конф., 21 квіт. 2022 р. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. Вип.150. С. 219–225.
2. Лисогор В.М., Мороз О.М., Пітнік О.В. Моделювання маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств: монографія. Вінниця: Універсум, 2005. 120 с.
3. Маріщук Ю.А., Марюта О.М. Стратегічні та тактичні плани-моделі маркетингу: монографія. Дніпропетровськ: Системні технології, 2007. 197 с.
4. Хулей Г., Сондерс Дж., Пирси Н. Маркетингова стратегія та конкурентне позиціонування. Дніпропетровськ: БалансБізнесБукс, 2005. 800 с.
5. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту: підручник. Київ: Кондор, 2009. 394 с.
6. Борблік К. Стан та тенденції розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Підприємництво та інновації*. 2019. № 10. С. 25–30. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/10.3>.
7. Паламарчук Д. Сучасні підходи до маркетингового аналізу діяльності підприємств. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*: збірник наукових праць IX Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., 6 жовт. 2022 р. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. Вип.150. С. 503–508.
8. Любіцева О.О. Сучасний стан, тенденції, перспективи. Туристичний ринок України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva.htm (дата звернення 25.04.2022).
9. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія. Київ: КНТЕУ, 2009. 597 с.

10. Gonchar O., Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Y., Sokolovska V. Oil and Fat Business of Ukraine : Marketing Orientation for Achieving Competitive Advantages. *European Journal of Sustainable Development*. 2020. Vol. 9. № 4. P. 261–272. DOI: <https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n4p261>.

11. Дейнега О.В. Маркетинговий аналіз як інструмент задоволення інформаційних потреб ринково орієнтованого підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 18. С. 201–206.

12. Бабух І.Б. Сутність та зміст маркетингового аналізу: теоретичні підходи та прикладні аспекти. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-21>.

13. Дячун О. Маркетинговий аналіз у системі споріднених економічних наук. *Галицький економічний вісник*. 2009. № 1. С. 160–163.

14. Нестеренко В., Сідельнікова В. Аналіз маркетингової діяльності підприємства: актуальні аспекти оцінювання ефективності. *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва*. 2021. № 26. С. 89–97.

15. Кожухівська Р.Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку. *Інноваційна економіка*. 2012. № 29. С. 43–49.

16. Головчук Ю.О., Довгань Ю.В. Маркетингові концепції організації бізнесу в управлінні інноваційно-інвестиційною діяльністю олійно-жирових підприємств харчової галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 50. Ч. 1. С. 132–136. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.50-23>.

17. Офіційний сайт ТОВ «БОН ВОЯЖ ПЛЮС». URL: <https://bon-voyage.uaprom.net> (дата звернення: 17.11.2022).

18. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія Київ: ІПК ДСЗУ, 2011. 212 с.

19. Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for marketing management of the innovation and investment activity. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2022. Vol. 2. No. 43. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/issue/archive> (дата звернення 26.04.2022).

20. Polishchuk I.I., Dovhan Yu.V., Korol I.V. Logistics and marketing support improvement in the export supply chain. *Інноваційна економіка*. 2021. № 5-6 (88). С. 99–104. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.5-6.14>.
21. Strzyżewska M., Rószkiewicz M. *Analizy marketingowe*. Warszawa, 2002.
22. Dovhan Yu. Marketing Management of Enterprises and its Tools. *Actual Problems of Modern Science*. Monograph: edited by Matiukh S., Skyba M., Musial J., Polishchuk O. Poland, Bydgoszcz, 2021. P. 246–254. DOI: <https://doi.org/10.31891/monograph/2021-10-26>.
23. Dovhan Yu. Resources and technologies of marketing management of the enterprise. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2021. Т. 3. № 27. С. 96–102. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2021-03-96-102>.
24. Гузь М.Г., Леонова Г.Д. Моделі поведінки споживачів послуг. *Вісник ДІТБ*. 2004. № 8. С. 165–169.
25. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми : монографія. Київ: КНЕУ, 2002. 245 с.
26. Божкова В.В. Теоретичні підходи до класифікації інструментів маркетингових комунікацій. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2018. Вип. 2 (39). Ч. 1. С. 31–37.
27. Бутенко Н.В. Основи маркетингу : навч. посіб. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. 140 с.
28. Василюшин Р.Д. Розробка стратегії маркетингової діяльності підприємства. Суми: Козацький вал, 2018. 26 с.
29. Верба В.А, Гребешков О.М. Сучасні методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. URL: <http://economica.org.ua/2009/efmarkdijaln/> (дата звернення: 17.11.2022).
30. Войнаренко С.М. Ключові фактори успіху в комунікаційній політиці підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 6. Т. 1. С. 231–233.

31. Малтиз В.В. Оцінка персоналу: сучасні методи та інструменти її проведення. *Економіка та суспільство*. 2020. № 19. С. 484–489.
32. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2017. 351 с.
33. Лозовський О.М., Дрончак І.В. Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності. *Молодий вчений*, 2016. № 1 (1). С. 101–104.
34. Пінчук Т.А. Методичні підходи до формування програм розвитку підприємства зв'язку в умовах нестабільного підприємницького середовища. URL: <http://www.nbuu.gov.ua>. (дата звернення 27.09.2022).
35. Ткаченко В.М. Стратегічне управління як необхідна передумова сталого розвитку підприємства. URL: <http://www.confcontact.com> (дата звернення 02.10.2022).
36. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг: навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі Поділля», 2019. 298 с.
37. Портрет споживача, приклад портретів потенційних покупців. Як скласти портрет цільової аудиторії? URL: <https://ukuytdom-nn.ru/uk/enciklopediya-marketinga-portret-potrebitelyaprimer/> (дата звернення 10.10.2022).
38. Кожухівська Р.Б., Гранченко Л.В. Поведінка споживачів: навч. посіб. Умань: ФОП Жовтий О.О., 2014. 362 с.
39. Братченко В.Ф. Управління персоналом організації в сучасних умовах. 2016. С. 25–30.
40. Косар Н.С., Кузьо Н.Є. Перспективи розвитку торговельних мереж в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 7. С. 97–109.
41. Пашенко О.В. Формування маркетингової підтримки товарної інноваційної політики. *Бізнес-інформ*. №7. 2017. С. 160–166.

42. Бойко О., Герасимяк Н. Місце та роль маркетингового аналізу в процесі прийняття управлінських рішень. *Економічний аналіз*. 2012. Т. 11 (2). С. 57–60.
43. Дячун О. Маркетинговий аналіз у системі споріднених економічних дисциплін. *Галицький економічний вісник*. 2009. № 1. С. 160–163.
44. Єпіфанова І.М. Маркетинговий аудит : сутність та механізм реалізації. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. Т. 4. № 4. С. 70–81.
45. Пряхіна К.А. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. *Ефективна економіка*. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.111>.
46. Костюченко Л.В., Мазур М.М. Застосування маркетингового аналізу при прийнятті управлінських рішень. *Економіка і управління*. 2013. Вип. 25. С. 237–244.
47. Липчука В.В. Маркетинговий аналіз : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2008. 216 с.
48. Штефаніч Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз. Тернопіль: Економічна думка, 2011. 267 с.
49. Бойко М. Диференціація туристичних продуктів. *Вісник КНТЕУ*. 2012. № 5. С. 18–26.
50. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту. Київ: Кондор, 2009. 394 с.