

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«КАНАЛИ КОМУНІКАЦІЙ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ
ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ»

(на матеріалах ТОВ «Туристична агенція «Без Меж»»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи Т-42д,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Туризм»

Махан
Валерії
В'ячеславівни

Науковий керівник
доктор історичних наук,
професор

Чорна
Наталія
Миколаївна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук,
доцент

Онищук
Наталія
Вікторівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЙ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1 Поняття каналів комунікацій підприємства та їх класифікація	5
1.2 Особливості використання комунікаційних каналів туристичними підприємствами в сучасних умовах господарювання	7
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЙ ТОВ «ТУРИСТИЧНА АГЕНЦІЯ «БЕЗ МЕЖ»	10
2.1 Загальна характеристика туристичного підприємства.....	10
2.2 Аналіз діяльності туристичного підприємства	17
2.3 Характеристика каналів комунікації туристичного підприємства щодо просування продуктів та послуг	20
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КАНАЛІВ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ ТОВ «ТУРИСТИЧНА АГЕНЦІЯ «БЕЗ МЕЖ»	25
3.1 Обґрунтування необхідності та можливостей удосконалення каналів просування продуктів та послуг туристичним підприємством	25
3.2 Заходи щодо удосконалення каналів просування продуктів та послуг ТОВ «Туристична агенція «Без меж»	30
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	39
ДОДАТКИ.....	44

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алдошина М.В. Особливості маркетингових комунікацій на рекламно-комунікаційному ринку України. Харків, 2013. С. 2-67
2. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг: навч. посібн / за ред. О.Ю. Малиновська. Київ : Альтерпрес, 2018. 288 с.
3. Білецька І.М. Моніторинг тенденцій розвитку міжнародного туризму Київ, 2016. С. 41-46.
4. Біловодська О. А. Стратегічний підхід до формування бренда міста (на прикладі м. Сум). Маркетинг і менеджмент інновацій. Суми, 2012. С. 22-31.
5. Варда Я. Острови надій: розробка стратегій локального розвитку Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2003. 339 с.
6. Голод А.П. Використання Інтернету для промоції турпродукту (на прикладі туристичних підприємств м. Львова). Київ: Тонар, 2007. 35 с.
7. Данилюк А. Бренд в Інтернеті, або Особливості комунікативного середовища. Київ, 2011. С. 9-12
8. Дейнега І. О. Конкурентні переваги як складова ринкового успіху. *Проблеми формування та реалізації конкурентної політики* : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 29 листопада 2013 р.). Львів, 2013. С.135-237
9. Євтушенко О. В. Аналіз психологічного впливу реклами на споживачів туристичного продукту. *Економічна наука*. 2018 . №7, С. 55-56
10. Зкрипченко О.А, Шапошников К.С. Етичність масового використання індивідуального маркетингу в боротьбі за лояльність споживач. *Збірник наукових праць Херсонського державного аграрно-економічного університету*. 2015 № 8. С. 19- 24
11. Іванова Л., Вовчанська О. Маркетингові комунікації та їх роль у туристичному бізнесі. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку*

туризму в регіонах України : матеріали II Всеукр. наук. практ. конф. (19 травня 2017 р., м. Львів). Львів, 2017. С. 39-43.

12. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. *Економіка АПК*. 2020. № 5, С. 45-55.

13. Кушнар'ов В.В. Туристична реклама в соціокультурному просторі сучасної України : автореф. дис. канд. культурології : 26.00.01. Київ. нац. ун–т культури і мистецтв. Київ, 2010. 20 с.

14. Лобовікова О.О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства. *Вісник Львівського університету*. 2015. № 5. С. 154–160.

15. Макарова М. В. Комунікації в туризмі: основи дослідження, види та шляхи розвитку. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2017. № 1, УДК 338.482.224

16. Момонт Т.В. Основні напрями формування ринку туристичних послуг. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/momont.htm (дата звернення: 15.04.2023).

17. Найсвіжіші відгуки у Вінниці: Топ 20, довідка про відгуки. URL: <https://top20.ua/vn/turizm-puteshestvie/bazyi-otdyiha/turistichna-agentsiya-bez-mezh.html> (дата звернення: 15.04.2023).

18. Офіційний сайт Guide.in.ua: «Туристична агенція «Без Меж»». URL: <https://guide.in.ua/business/286577> (дата звернення: 15.04.2023).

19. Офіційний сайт Directmap: Туристична агенція «Без Меж», Вінниця, Вінницька область, Україна. URL: <https://directmap.com.ua/%D0%B2%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F/3277> (дата звернення: 15.04.2023).

20. Офіційна інстаграм сторінка Туристичної Агенції «Без Меж» InstagramURL: https://www.instagram.com/ta_bezmezh/ (дата звернення: 04.04.2023).

21. Офіційна фейсбук сторінка туристичної агенції «Без Меж» URL: <https://www.facebook.com/bezmezh.tour/?locale=ua/ua> (дата звернення: 04.04.2023).

22. Павлиш В.А. Основи інформаційних технологій і систем : навч. посіб. / за ред. В. А. Павлиш, Л. К. Гліненко. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2013. 500 с.
23. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>. (дата звернення: 04.04.2023)
24. Пустовіт О. Г., Пустовіт Є. В. Особливості бізнес-процесів у туристичних компаніях. *Збірник наукових праць Одеського національного морського університету*. 2020. №. 1. С. 115-126.
25. Романюк І.А., Мандич О.В., Нікітіна О.М. Особливості впровадження маркетингових комунікацій в туристичні послуги. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. № 174. С. 212-218
26. Сененко І. А. Особливості управління поведінкою споживача при виборі туристичних послуг. *Електронний журнал «Ефективна економіка»* 2015. № 4. С. 21-24
27. Сервіс перевірки контрагентів – YouControl. Повне досьє на компанію ТОВ «ТА «Без Меж». URL: https://youcontrol.com.ua/contractor/?mode=all_years&id=8266672&tb=financial-analytics (дата звернення: 15.04.2023)
28. СММ агентства. URL: https://itrating.in.ua/smmagentstvo#category_id=59&manufacturer_id=18&page=0&min_price=0&max_price=0 (дата звернення: 15.04.2023)
29. Аналіз ринку ТОВ «ТА «Без Меж» URL: <https://nomis.com.ua/41322010-tovarystvo-z-obmezhenoiu-vidpovidalnistiu-turystychna-ahentsiia-bez-mezh> (дата звернення: 15.04.2023)
30. Туристичний профіль міста Вінниця. Стратегія розвитку до 2030 року. URL: <https://vmr.gov.ua/media/%D0%94%D0%B5%D0%BF%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/%D0%94%D0%9C%D0%9>

[C%D1%82%D0%A2/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%20%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B0%20%D0%92%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%96.pdf](#) (дата звернення: 15.04.2023)

31. Фейсбук та Інстаграм в Україні URL: [file:///C:/Users/Zver/Downloads/Facebook%20%D1%82%D0%B0%20Instagram%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96_%D1%81%D1%96%D1%87%D0%B5%D0%BD%D1%8C%202021%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Zver/Downloads/Facebook%20%D1%82%D0%B0%20Instagram%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96_%D1%81%D1%96%D1%87%D0%B5%D0%BD%D1%8C%202021%20(1).pdf) (дата звернення: 15.04.2023)

32. Хорошкова Д. В. Друкована реклама в туризмі. *Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку*. Луцьк, 2016. №6. С. 168–173.

33. Albu С.Е. Intracultural communication in tourism. *Cross-Cultural Management Journal*. 2015.№ XVI. P. 7-14.

34. Customer Experience Management in Hospitality and Tourism: A Review of the Literature and Research Directions. URL: https://www.researchgate.net/publication/321203598_Customer_experience_management_in_hospitality_A_literature_synthesis_new_understanding_and_research_agenda (дата звернення: 15.04.2023).

35. Digital Marketing and Its Impact on Tourism Industry. URL: https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-030-05324-6_82-1 (дата звернення: 15.04.2023).

36. Exploring Customer Relationship Management in the Hospitality and Tourism Industry: A Systematic Review. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/310259> (дата звернення: 15.04.2023).

37. Niedziółka I. Sustainable tourism development. *Regional Formation and Development Studies*. 2013. №3(8). С. 157-166.

38. Silvia S. The Role of Communication in Tourism Development. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*. 2017. P. 1161-1165.

39. The Impact of Social Media on the Customer Experience in Tourism and Hospitality. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/669542> (дата звернення: 15.04.2023).

40. Using Social Media in the Tourism Industry: An Empirical Analysis of Online Reviewson Trip Advisor. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/d98d/ccca0dcdf0bd538ef6ee68cd6e76e9d681ad.pdf> (дата звернення: 15.04.2023).

41. Махан В. В. Особливості використання комунікаційних каналів туристичним підприємствами. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : Зб. матеріалів XII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 20 квітня 2023 р.). Вип. 175. Вінниця : ВРР ВТЕІ ДТЕУ, 2023. С. 305-310. URL : http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb20_175.pdf (дата звернення: 20.03.2023)