

**М. П. Мальська  
І. З. Жук**

**УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ  
ДІЯЛЬНІСТЮ У СФЕРІ ТУРИЗМУ  
ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА**

**Рецензенти:**

*I. З. Сторонинська* – доктор економічних наук, професор ДУ “Інституту регіональних досліджень імені М. І. Долішнього” Національної академії наук України;

*I. А. Маркіна* – доктор економічних наук, професор Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка;

*O. О. Любченко* – доктор географічних наук, професор Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Рекомендовано до друку**

*Вченого радою географічного факультету  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
(протокол №7 від 21 лютого 2015 р.)*

**Мальська М. П.**

**М 21** Управління маркетинговою діяльністю у сфері туризму: теорія, методологія, практика : монографія / М. П. Мальська, I. З. Жук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. – 224 с.

ISBN 978-617-10-0261-6

Досліджено теоретико-методологічні та методико-прикладні засади управління маркетинговою діяльністю в сфері туризму, обґрунтовано напрями підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю вітчизняними суб'єктами туристичного підприємництва. Уточнено та доповінено понятійний-категоріальний апарат, викладено структуризацію процесу управління маркетинговою діяльністю суб'єктів господарювання, розглянуто методологічні принципи управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу, здійснено оцінку ринку туристичних послуг в Україні як об'єкта маркетингового управління, проманіжовано маркетингове управління процесом формування туристичного продукту суб'єктами господарської діяльності. Запропоновано практичні рекомендації щодо напрямів підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю суб'єктів господарювання на вітчизняному ринку туристичних послуг, удосконалення чинної нормативно-правової бази діяльності суб'єктів туристичного бізнесу в Україні, застосовано методику екстраполяції трендів для прогнозування туристичних потоків економіки України.

Для науковців, економістів, аспірантів, студентів видів навчальних закладів, наукових установ, а також керівників і фахівців, що займаються питаннями управління маркетинговою діяльністю в сфері туризму.

УДК 338.487(477):658.8|338.486.1

ББК У496(4УКР)0-18

© М. П. Мальська, I. З. Жук, 2016  
© Львівський національний університет  
імені Івана Франка, 2016

ISBN 978-617-10-0261-6

**ЗМІСТ****ЗМІСТ**

<b>ПЕРЕДМОВА.....</b>	4
-----------------------	---

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ  
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В  
УКРАЇНІ.....**

1.1. Управління маркетинговою діяльністю як об'єкт теоретичного аналізу.....	6
---	---

1.2. Структуризація процесу управління маркетинговою діяльністю суб'єктів господарювання.....	24
--	----

1.3. Методологія управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу.....	41
---	----

**РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ  
МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТИВ  
ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....**

2.1. Ринок туристичних послуг в Україні як об'єкт маркетингового управління.....	52
---	----

2.2. Маркетингове управління процесом формування туристичного продукту суб'єктами господарської діяльності.....	79
---	----

2.3. Економічна оцінка системи управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу.....	97
---	----

**РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВІЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ  
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ  
СУБ'ЄКТИВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....**

3.1. Маркетинговий інструментарій підвищення ефективності управління діяльністю суб'єктів господарювання на вітчизняному ринку туристичних послуг.....	115
--	-----

3.2. Удосконалення нормативно-правової бази діяльності суб'єктів туристичного бізнесу України.....	124
---	-----

3.3. Застосування методики екстраполяції трендів для прогнозування туристичних потоків економіки України.....	148
--	-----

<b>ПІСЛЯМОВА.....</b>	162
-----------------------	-----

<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	166
--	-----

<b>ДОДАТКИ</b>	
----------------	--