

М. П. Мэльська
І. З. Жук

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ У СФЕРІ ТУРИЗМУ
ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА

УДК 338.487(477):658.8]:338.486.1
ББК У496(4УКР)0-18
М 21

Рецензенти:

І. Т. Сторониська – доктор економічних наук, професор ДУ “Інституту регіональних досліджень імені М. І. Долинського” Національної академії наук України;

І. А. Марсіна – доктор економічних наук, професор Полтавського національно-технічного університету імені Юрія Кондратюка;

О. О. Довбічєн – доктор географічних наук, професор Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Рекомендовано до друку

Вченою радою історичного факультету

Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол №7 від 21 жовтня 2015 р.)

Мальська М. П.

М 21 Управління маркетинговою діяльністю у сфері туризму: теорія, методологія, практика : монографія / М. П. Мальська, І. З. Жук. – Львів : ДНУ 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 підприємства. Уточнено та доповнено понятійно-категоріальний апарат, викладено структуру 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, проаналізовано 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 вищих 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, І. З. Жук, 2016

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2016

ISBN 978-617-10-0261-6

ЗМІСТ

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ	6
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'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	52
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 ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	115
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
ПІСЛЯМОВА	162
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	166
ДОДАТКИ	