

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

АМЕЛЬЧЕНЯ

Анна Владимировна

**ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В СФЕРЕ УСЛУГ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат технических наук,
доцент Г.С.Храбан

Допущена к защите

«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга

кандидат экономических наук, доцент

_____ Н. В. Черченко

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 88 с., 41 рис., 10 табл., 77 источников, 6 прил.

УСЛУГА, МАРКЕТИНГ УСЛУГ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ, ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель исследования: разработка и обоснование конкретных практических предложений по повышению результативности маркетинговой деятельности санатория «Березка» ОАО «Беларуськалий».

Объект исследования: маркетинговая деятельность в сфере услуг.

Предмет исследования: особенности функционирования комплекса маркетинга в сфере услуг.

Методы исследования: анализ, индукция, дедукция, метод восхождения от абстрактного к конкретному, сравнительные методы, метод фокус-группы и глубинного интервью, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: на основе результатов научно-теоретического исследования и анализа маркетинговой деятельности по оказанию услуг в санатории «Березка» ОАО «Беларуськалий» определены ее особенности и эффективность функционирования маркетингового комплекса, разработаны и экономически обоснованы стратегические и тактические мероприятия по его совершенствованию.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность санатория «Березка» ОАО «Беларуськалий» и другие аналогичные организации санаторно-курортной отрасли.

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений по повышению результативности маркетинговой деятельности по оказанию услуг санаторием «Березка» ОАО «Беларуськалий» будет способствовать формированию лояльности его посетителей и сотрудников, привлечению новых клиентов, формированию положительного имиджа санатория и укреплению его конкурентоспособности на рынке санаторно-курортных услуг Республики Беларусь.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние проблемы, а все заимствованные из разных источников положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 88 с., 41 мал., 10 табл., 77 крыніц, 6 дадаткаў.

ПАСЛУГА, МАРКЕТЫНГ ПАСЛУГ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГУ Ё СФЕРЫ ПАСЛУГ, ТАВАРНАЯ ПАЛІТЫКА, ЦАНАВАЯ ПАЛІТЫКА, КАМУНІКАЦЫЙНАЯ ПАЛІТЫКА, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ МАРКЕТЫНГАВОГАЙ ДЗЕЙНАСЦІ

Мэта даследавання: распрацоўка і абгрунтаванне канкрэтных практычных прапаноў па павышэнні выніковасці маркетынгавай дзейнасці санаторыя «Бярозка» ААТ «Беларуськалій».

Аб'ект даследавання: маркетынгавая дзейнасць у сферы паслуг.

Прадмет даследавання: асаблівасці функцыянавання комплексу маркетынгу ё сферы паслуг.

Метады даследавання: аналіз, індукцыя, дэдукцыя, метады ўзыходжання ад абстрактнага да канкрэтнага, параўнальныя метады, метады фокус-групы і глыбіннага інтэрв'ю, SWOT-аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вынікаў навукова-тэарэтычнага даследавання і аналізу маркетынгавай дзейнасці па аказанні паслуг у санаторыі «Бярозка» ААТ «Беларуськалій» вызначаны яе асаблівасці і эфектыўнасць функцыянавання маркетынгавага комплексу, распрацаваны і эканамічна абгрунтаваныя стратэгічныя і тактычныя мерапрыемствы па яго ўдасканаленні.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: маркетынгавая дзейнасць санаторыя "Бярозка" ААТ "Беларуськалій" і іншыя аналагічныя арганізацыі санаторна-курортнай галіны.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: укараненне прапаноў па павышэнні выніковасці маркетынгавай дзейнасці па аказанні паслуг санаторыем «Бярозка» ААТ «Беларуськалій» будзе спрыяць фарміраванню лаяльнасці яго наведвальнікаў і супрацоўнікаў, прыцягненню новых кліентаў, фарміраванню станоўчага іміджу санаторыя і ўмацаванню яго канкурэнтаздольнасці на рынку санаторна-курортных паслуг Рэспублікі Беларусь.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан праблемы, а все запазычаныя з розных крыніц палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Thesis: 88 p., 41 Fig., 10 table, 77 sources of, 6.1

SERVICE, MARKETING SERVICES, MARKETING MIX IN THE SERVICE SECTOR, PRODUCT POLICY, PRICING POLICY, COMMUNICATION POLICY, EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF MARKETINGOVOGO ACTIVITIES

The purpose of the study: development and justification of specific practical proposals to improve the effectiveness of marketing activities of the sanatorium "Berezka" JSC "Belaruskali".

Object of research: marketing activities in the service sector.

Subject of research: features of the marketing mix in the service sector.

Research methods: analysis, induction, deduction, method of ascent from the abstract to the concrete, comparative methods, method of focus group, SWOT-analysis.

Research and development: on the basis of the results of scientific and theoretical research and analysis of marketing activities for the provision of services in the sanatorium "Berezka" JSC "Belaruskali" defined its features and the effectiveness of the marketing complex, developed and economically justified strategic and tactical measures to improve it.

Area of possible practical application: marketing activities of the sanatorium "Berezka" JSC "Belaruskali" and other similar organizations of the sanatorium industry.

Technical, economic, social significance: the introduction of proposals to improve the effectiveness of marketing activities to provide services to the sanatorium "Berezka" JSC "Belaruskali" will contribute to the formation of loyalty of its visitors and employees, attract new customers, the formation of a positive image of the sanatorium and strengthen its competitiveness in the market of sanatorium services of the Republic of Belarus.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it objectively reflects the state of the problem, and all the provisions and concepts borrowed from different sources are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление / Пер. с англ, под ред. С. Г. Божук / Д. Аакер. – 7-е изд. – СПб. : Питер, 2011. – 496 с.
2. Азарян, А. А. Маркетинговые основы формирования услуги как интегрированной ценности / А. А. Азарян // Вестник БДУ, 2016. - № 1. – С. 67-71.
3. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник для экономических специальностей вузов / И. Л. Акулич. – Минск : Высшая школа, 2010. – 525 с.
4. Андреев, Д. А. Эффективность интернет-рекламы / Д. А. Андреев, Н. В. Апатова // Проблемы материальной культуры. – 2015. – № 13 (123). – С. 33–39.
5. Бацюн, Н. В. Менеджмент в рекламе : учеб. пособие / Н. В. Бацюн. – Иркутск : ИрГТУ, 2010. – 175 с.
6. Беквин, Г. Продавая незримое : Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Беквин. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 220 с.
7. Белорусский интернет-портал tut.by : возможности для продвижения: аналитический отчет. – Минск : ООО «Тут Бай Медиа», 2019. – 12 с.
8. Березин, И. С. Маркетинговые исследования / И. С. Березин. – М. : Юрайт, 2012. – 383 с.
9. Большакова, Л. В. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг. Учебно-методическое пособие / Л. В. Большакова. – М. : Финансы и статистика, 2017. – 160 с.
10. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации / Н. В. Борушко. – Минск : БГТУ, 2012. – 307 с.
11. Винецкий, И. Тренды и технологии таргетированной рекламы / И. В. – Минск, Mail Group, 2019. – 55 с.
12. Воронкова, О. В. Маркетинг услуг : учебное пособие / О. В. Воронкова, Н. И. Саталкина. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011. – 92 с.
13. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 207 с.
14. Вязикова, Г. В. К вопросу об оценке маркетинговой деятельности предприятия / Г. В. Вязикова. – М., 2016. – 6 с.
15. Габинская, О. С. Маркетинговые коммуникации / О. С. Габинская. – М. : Издательский центр «Академия», 2010. – 240 с.

16. Гордеев, П. Вконтакте для бизнеса : аналитика посещаемости социальной сети. – Минск, 2019. – 28 с.
17. Гордин, В. Э. Менеджмент в сфере услуг : учебник. / В. Э. Гордин, М. Д. Сущинская, М. В. Волошинова, О. С. Коротеева, В. В. Тютюник, И. А. Желтякова, Л. В. Хорева. – СПб. : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2014. – 271 с.
18. Гражданский Кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей 28 октября 1998 года: одобрен Советом Республики 19 ноября 1998 года: текст Кодекса по состоянию на 9 января 2017 года [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://etalonline.by/?type=text®num=НК9800218#load_text_none_1_ – Дата доступа: 15.02.2019.
19. Гусаров, Ю. В. Менеджмент рекламы : учеб. пособие / Ю. В. Гусаров. – М. : Экономика, 2014. – 412 с.
20. Деева, Е. М. Маркетинг услуг : учебное пособие / Е. М. Деева, Д. А. Курушин. – Ульяновск : УлГТУ, 2015. – 218 с.
21. Диянова, С. Н. Маркетинг сферы услуг : Учебное пособие / С. Н. Диянова, А. Э. Штезель. – М. : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 192 с.
22. Долгов, Д. И. Определение понятия услуги / Д. И. Долгов. – Москва, 2016. – 9 с.
23. Донскова, Л. И. Факторы, влияющие на удовлетворенность и лояльность посетителей санаториев / Л. И. Донскова // «Экономика и экономические науки». – Алтайский государственный университет, 2017. – 9 с.
24. Душкина, М. Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникация и воздействие / М. Р. Душкина. – СПб. : Питер, 2016. – 560 с.
25. Интернет-маркетинг: полный сборник практических советов / Ф. Вирин. – СПб. : Питер, 2016. – 254 с.
26. Исследование белорусской онлайн-аудитории: аналитический отчет. – Минск, Gemius, 2018. – 42 с.
27. Калужский, М. Л. Практический маркетинг / М. Л. Калужский. – СПб. : Питер, 2012. – 159 с.
28. Карчевская, Е. Н. Проблемы развития санаторно-курортного хозяйства / Е. Н. Карчевская. – Гомель, 2016. – 3 с.
29. Катаев, А. В. Разработка стратегии интернет-продвижения товаров и услуг / А. В. Катаев // Экономические науки, 2016. - № 55. – С. 10 – 15.
30. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях: принят Палатой представителей 17 декабря 2002 года: одобрен Советом Республики 2 апреля 2003 года: текст Кодекса по состоянию на 4 января 2007 года [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0300194>. – Дата доступа : 17.02.2019.

31. Король, А. Н. Услуги : определение и классификация / А. Н. Король // Ученые записки ТОГУ, 2014. – Том 5. – С. 1323-1328
32. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2016. – 756 с.
33. Котляров, И. Д. Новый подход к классификации услуг / И. Д. Котляров // Теории политики, экономики и управления. – 2013. – № 15. – С. 27-37.
34. Кузнецов, Б. Т. Стратегический менеджмент / Б. Т. Кузнецов. – СПб. : Юнити-Дана, 2012. – 623 с.
35. Кулибанова, В. В. Маркетинг в сервисе : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Кулибанова. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 259 с.
36. Ламбен, Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Ж. Ж. Ламбен. – Перев. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2014. – 800 с.
37. Лечебно-оздоровительный туризм в Беларуси / О. Н. Батян [и др.] ; Белорусский государственный экономический университет // Медицинские знания. – 2013. – №3. – С. 26–30.
38. Лободенко, Л. К. Теоретические подходы к определению сущности и классификации услуг / Л. К. Лободенко, И. Ю. Оконишникова // Вестник ЮУрГУ. – 2011. – № 21. – С. 121 – 128.
39. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг : Учебное пособие / А. В. Лукина. – М. : Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 240 с.
40. Маркетинг в социальных медиа / под редакцией Л. А. Данченко. – СПб. : Питер, 2013. – 288 с.
41. Маслова, Т. Д. Маркетинг/ Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2013. – 400 с.
42. Нагастьянц, Р. Н. Способы продвижения компании в сети Интернет / Нагастьян Р. Н. // Вестник Белгородского Университета кооперации, экономики и права. – 2016. – № 5. – С. 37 – 48.
43. Новаторов, Э. В. Маркетинг услуг : теория и технология: монография / Э. В. Новаторов. – СПб. : ИП Петров Д. А., 2015. – 200 с.
44. О здравоохранении: Закон Республики Беларусь, 18 июня 1993 № 2435-ХП: в редакции Закона Республики Беларусь от 21 октября 2016 г. № 433-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=V19302435/>. – Дата доступа: 16.04.2019.
45. О мерах по обеспечению соблюдения законодательства о защите прав потребителей при осуществлении интернет-торговли : Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 15 января 2009 № 31 // Национальный

правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://etalonline.by/?type=text®num=C20900031/>. – Дата доступа : 15.02.2019.

46. О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет : Указ Президента Республики Беларусь, 30 декабря 2011 № 621 : в редакции от 23 января 2014 года // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P31000060/>. – Дата доступа : 15.02.2019.

47. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь, 2 июня 2006 № 371 // Правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// https://kodeksy-by.com/index.htm/](http://https://kodeksy-by.com/index.htm/). – Дата доступа : 16.04.2019.

48. О порядке регистрации интернет-магазинов в Торговом реестре : Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 29 апреля 2010 № 649 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.nalog.gov.by/ru/vopr-otv-vitebsk/view/o-registratsii-internet-magazina-v-torgovom-reestre-24484/>. – Дата доступа : 16.02.2019.

49. О развитии агроэкотуризма : Указ Президента Республики Беларусь, 9 октября 2017 № 365 // Правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http:// https://kodeksy-by.com/index.htm/](http://https://kodeksy-by.com/index.htm/). – Дата доступа : 16.04.2019.

50. О рекламе : Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007 № 225-3: в редакции Закона Республики Беларусь от 11 мая 2016 г. № 362-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225/>. – Дата доступа : 16.02.2019.

51. О защите прав потребителей : Закон Республики Беларусь, 9 января 2002 № 90-3 : в редакции Закона Республики Беларусь от 29 октября 2015 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090/>. – Дата доступа : 16.02.2019.

52. Об утверждении Правил осуществления деятельности по оказанию юридических услуг : Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь, 22 января 2016 № 12 // Правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http:// https://kodeksy-by.com/index.htm/](http://https://kodeksy-by.com/index.htm/). – Дата доступа : 16.04.2019.

53. Общегосударственный классификатор Республики Беларусь 005-2011 «Виды экономической деятельности» / Разработан и внесен Министерством экономики Республики Беларусь и Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь // Утвержден и введен в действие Постановлением Госстандарта Республики Беларусь от 5 декабря 2011 г. № 85. – Минск, 2011. – 364 с.
54. Ойнер, О. К. Модель оценки маркетинговой деятельности на основе критериев мировых премий в области качества / О. К. Ойнер. – М., 2017. – 16 с.
55. Официальный сайт санатория «Березка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://berezka-sanatory.by>. – Дата доступа : 15.02.2019.
56. Петрова, Е. Б. Правовое оформление саморегулирования рекламной деятельности / Е. Б. Петрова. – Минск : БГУ, 2015. – С. 98- 106.
57. Полтавский, И. А. Услуга как экономическая категория / И. А. Полтавский, Ю. А. Шарбабчиев. – СПб, Санкт-Петербургский государственный экономический университет (филиал в г. Кизляре), 2013. – 9 с.
58. Попов, Е. В. Продвижение товаров и услуг: учеб. пособие / Е. В. Куталиев. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 320 с.
59. Просчетов, Г. И. Стратегии / Г. И. Просчетов. – М : Альфа-ПРЕСС, 2010. – 184 с.
60. Рейтинг санаториев Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belarus-travel.ru/sravnit-sanatorii.html>. – Дата доступа : 25.02.2019.
61. Рейтинг санаториев Республики Беларусь ТОП-20 [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://naftusia.ru/> – Дата доступа : 25.02.2019.
62. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований / Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь. – Минск, 2018. – 180 с.
63. Романова, Ю. С. Система показателей эффективности маркетинговой деятельности. – Минск, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, 2016. – 15 с.
64. Секерин, В. Д. Сфера услуг. Экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум / В. Д. Секерин. – М. : КноРус, 2013. – 424 с.
65. Синяева И. М., Маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. проф. Л. П. Дашкова. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. – 304 с.
66. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова. – М. : Дашков и К, 2015. – 252 с.
67. Скрынникова, И. А. Маркетинг в сфере услуг : Учебное пособие / И. А. Скрынникова. – М. : Моск. ун-та, 2012. – 203 с.

68. Скуматова, О. А. Совершенствование управления маркетинговой деятельности предприятия на основании разработки системы критериев комплексной оценки ее эффективности / О. А. Скуматова // Вестник Полоцкого государственного университета. – 2012. – Серия D. – С. 115 – 121.
69. Слонимская, М. А. Маркетинг услуг : учебное пособие / М. А. Слонимская, Г. А. Яшева; УО «ВГТУ», 2014. – 224 с.
70. Сухомлинская, Н. О. Анализ показателей эффективности маркетинговой деятельности предприятия / Н. О. Сухомлинская. – Минск: УО БГЭУ, 2016. – 5 с.
71. Траскевич, А. Состояние экспорта туристических услуг санаторно-курортного комплекса Республики Беларусь / А. Траскевич. – Минск, 2012. – 46 с.
72. Третьяк, О. А. Оценка маркетинговой деятельности / О. А. Третьяк // Российский журнал менеджмента. – 2012. – №1. – С. 29 – 50.
73. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг: Учебник / Т. А. Тультаев. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 208 с.
74. Фомин, Е. П. Сущность и классификация услуг / Е. П. Фомин // Вестник Самарского государственного университета, 2014. - № 12. – С. 41 – 45.
75. Хлебович, Д. И. Маркетинг услуг : учеб. пособие. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2015. – 264 с.
76. Чапко, Е. Б. Административно-правовое регулирование рекламной деятельности / Е. Б. Чапко. – Минск : БГЭУ, 2015. – 3 с.
77. Черняховская, Т. Н. Маркетинговая деятельность предприятия: теория и практика / Т. Н. Черняховская. – М. : Высшее образование, 2014. – 558 с.