

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

АБРАМЧИК

Алина Александровна

**ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ
УСЛУГ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Ж.П. Аникина

Допущена к защите
«__»_____ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга
кандидат экономических наук, доцент
_____ Н.В. Черченко

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 79 с., 7 рис., 24 табл., 50 источников, 5 прил.

УСЛУГА, МАРКЕТИНГ УСЛУГ, РЫНОК УСЛУГ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ТУРИСТИЧЕСКАЯ УСЛУГА

Объект исследования – маркетинговая деятельность в сфере услуг.

Предмет исследования – специфика маркетинговой деятельности РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Цель – разработать предложения по повышению результативности маркетинговой деятельности РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Методы исследования: анализ, синтез, изучение материалов научных и периодических изданий по теме, обобщение, описание, сравнение, измерение.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов исследования особенностей маркетинга услуг, определены его особенности и эффективность от использования маркетинга в организации, разработаны предложения по повышению результативности маркетинговой деятельности.

Элементы научной новизны: разработаны предложения по повышению результативности маркетинговой деятельности РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Область возможного практического применения: практический маркетинг в организации РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений по повышению результативности маркетинговой деятельности организации РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» позволит повысить конкурентоспособность организации, увеличит объёмы продаж, что положительно скажется на экономических показателях работы организации.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 78 с., 7 мал., 24 табл., 50 крыніц, 5 дадат.

ПАСЛУГА, МАРКЕТЫНГ ПАСЛУГ, РЫНАК ПАСЛУГ, ТУРЫСТЫЧНЫ ПРАДУКТ, ТУРЫСТЫЧНАЯ ПАСЛУГ

Аб'ект даследавання – маркетынгавая дзейнасць у сферы паслуг.

Прадмет даследавання – спецыфіка маркетынгавай дзейнасці РУП «ЦЭНТРКУРОРТ».

Мэта – распрацаваць прапановы па павышэнню выніковасці маркетынгавай дзейнасці РУП «ЦЭНТРКУРОРТ».

Метады даследавання: аналіз, сінтэз, вывучэнне матэрыялаў навуковых і перыядычных выданняў па тэме, абагульненне, апісанне, параўнанне, вымярэнне.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання асаблівасцяў маркетынгу паслуг, вызначаны яго асаблівасці і эфектыўнасць ад выкарыстання маркетынгу ў арганізацыі, распрацаваны прапановы па павышэнню выніковасці маркетынгавай дзейнасці.

Элементы навуковай навізны: распрацаваны прапановы па павышэнню выніковасці маркетынгавай дзейнасці РУП «ЦЭНТРКУРОРТ».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: практычны маркетынг у арганізацыі РУП «ЦЭНТРКУРОРТ».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: ўкараненне прапаноў па павышэнню выніковасці маркетынгавай дзейнасці арганізацыі РУП «ЦЭНТРКУРОРТ» дазволіць павысіць канкурэнтаздольнасць арганізацыі, павялічыць аб'ёмы продажаў, што становіцца адаб'ецца на эканамічных паказчыках работы арганізацыі.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Thesis: 78 p., 7 pic., 24 table., 50 sources, 5 app.

SERVICE, MARKETING SERVICES, MARKET SERVICES, TOURISM
PRODUCT, TOURIST SERVICES

The object of research – marketing activities in the service sector.

Subject of research – the specificity of marketing activities of the Republican unitary enterprise "TSENTRKURORT".

The goal is to develop proposals on improving the effectiveness of marketing activities of the Republican unitary enterprise "TSENTRKURORT".

Research methods: analysis, synthesis, study of materials of scientific and periodicals on the topic, generalization, description, comparison, measurement.

Research and development: based on the study of theoretical issues of research features of marketing services, defined its features and effectiveness of the use of marketing in the enterprise, developed proposals to improve the effectiveness of marketing activities.

Elements of scientific novelty: developed proposals to improve the effectiveness of the marketing activities of the enterprise RUE "TSENTRKURORT".

The scope of possible practical applications: practical marketing in the enterprise Republican unitary enterprise "TSENTRKURORT".

Technical and economic, social significance: the introduction of proposals to improve the effectiveness of the marketing activities of the enterprise RUE "TSENTRKURORT" will improve the competitiveness of the organization, increase sales, which will have a positive impact on the economic performance of the organization.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрютина, М. С. Экономический анализ торговой деятельности: учебное пособие для вузов / М. С. Абрютина. – М. : Экономика, 2012. – 510 с.
2. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник / И. Л. Акулич. – 8-е изд. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 543 с.
3. Аналитика и статистика групп ВКонтакте SOCSTAT.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://socstat.ru/lk/#/dashboard/> – Дата доступа : 30.04.2019.
4. Аникина, Ж. П. Маркетинг услуг : учебно-методический комплекс для специальности 1-26 02 03 Маркетинг / Ж. П. Аникина // БГУ, Госуд. институт управ. и соц. технологий, каф. маркетинга. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2016. – С 172 с.т: ил. – Библиогр. : С. 170 – 172.
5. Байнев, В. Ф. Экономика предприятия : учебное пособие / В. Ф. Байнев. – Минск, 2010. – 489 с.
6. Брагина, Л. А. Экономика торгового предприятия. Торговое дело / учебник под ред. Л. А. Брагина, Т. П. Данько. – М. : Экономика-М, 2012. – 452 с.
7. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность. Организация и управление / Р. И. Бунеева. – Минск : Феникс, 2013 г. – 365 с.
8. Бухгалтерская отчётность РУП «ЦЕНТРКУРОРТ»
9. Валевиц, Р. П. Экономика предприятий торговли: учебное пособие / Р. П. Валевиц, Г. А. Давыдова. – Минск : Вышэйшая школа, 2011. – 367 с.
10. Виноградова, С. Н. Организация коммерческой деятельности: справочное пособие / С. Н. Виноградова; под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – Минск : Вышэйшая школа, 2012. – 464 с.
11. Воронкова, О. В. Маркетинг услуг : учебное пособие / О. В. Воронкова, Н. И. Саталкина. – Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011. – 92 с.
12. Гончарова, И. В. Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.
13. Деева, Е. М. Курушин, Д. А. Маркетинг услуг : учебное пособие / Е. М. Деева, Д. А. Курушин. – Ульяновск : УлГТУ, 2015. – 218 с.
14. Кузнецова, И. А. Маркетинг в туризме : практикум / И. А. Кузнецова, Е. В. Мискевич, С. А. Демьянов. – Пинск : ПолесГУ, 2012. – 94 с.
15. Лисевич, А. В. Маркетинг в туристической индустрии : учеб. пособие / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтува. – М. : Дашков, 2015. – 176 с.

16. Макрусев, В.В. Маркетинг таможенных услуг : учебник / В.В. Макрусев. – Москва : Проспект, 2017. 382 с.
17. Международная торговля и мировой рынок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://universetrade.ru/> – Дата доступа : 25.01.2019.
18. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа : 30.04.2019
19. Нигматуллина, Р. А. Вхождение России в ВТО : проблемы и перспективы/ Р. А. Нигматуллина //ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТОРГОВЛЕ УСЛУГАМИ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ : Вестник УГАЭС. Наука. Образование. Экономика. Серия : Экономика. № 2 (2), 2012
20. О валютном регулировании и валютном контроле : Закон Республики Беларусь, 22 июля 2003 г. № 226-З : с изм. и доп. от 5 января 2016 г. № 355-З
21. О рекламе: Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-З [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10700225>. – Дата доступа : 11.01.2019.
22. Об утверждении Правил осуществления розничной торговли по образцам: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://mart.gov.by/files/live/sites/mart/files/documents/Постановление%20Совмина%20от%2015.01.2009%20№31.pdf>. – Дата доступа : 11.01.2019.
23. Организационная структура управления предприятием [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/organizacionnaya-struktura.html> – Дата доступа : 20. 03. 2019.
24. Официальный сайт Tez Tour [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.teztour.by/> – Дата доступа : 30.04.2019.
25. Официальный сайт Национального выставочного центра «БелЭкспо» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.belexpo.by/vystavki/predstoyashchie-vystavki/otdykh_2019/ – Дата доступа : 30.03.2018.
26. Официальный сайт РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.otpusk.by/> – Дата доступа : 25.04.2019.
27. Официальный сайт телеканала ОНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ont.by/company/advertising-services> – Дата доступа : 27.05.2019.
28. Оценка действенности маркетинговых решений в сфере образовательных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа :

<https://cyberleninka.ru/article/v/otsenka-deystvennosti-marketingovyh-resheniy-v-sfere-obrazovatelnyh-uslug>. – Дата доступа : 31.03.2019.

29. Оценка эффективности маркетинговой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://vuzlit.ru/275986/otsenka_effektivnosti_marketingovoy_deyatelnosti. – Дата доступа : 31.03.2019.

30. Портал Vetliva.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://vetliva.ru/> – Дата доступа : 30.04.2019.

31. Портал внешнеэкономической информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ved.gov.ru/mdb/information/attendance/trade_and_wto/ – Дата доступа : 30.04.2019

32. Прибыль предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://delatdelo.com/spravochnik/osnovy-biznesa/pribyl/predpriyatiya.html> – Дата доступа : 30.03.2018

33. Принципы и методы оценки эффективности маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lektsii.org/9-87323.html>. – Дата доступа : 31.03.2019.

34. Рентабельность продаж [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://myfin.by/wiki/term/rentabelnost> – Дата доступа : 28.03.2018

35. Роль маркетинга в сфере услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/5970>. – Дата доступа : 31.03.2019.

36. Сервис SocialStats.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://socialstats.ru/> – Дата доступа : 30.04.2019.

37. Сервис Яндекс.Директ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://yandex.by/promo/direct/1/?utm_source=GA_Search_Bel&utm_medium=GA_Search_Bel_Brand&utm_campaign=GA_Search_Bel_99_Brand_Desktop&utm_content=335953542198&utm_term=%D1%8F%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%B4%D0%B8%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%82 – Дата доступа : 27.05.2019.

38. Система оценки эффективности маркетинговой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://marketing.by/novosti-rynka/sistema-otsenki-effektivnosti-marketingovoy-deyatelnosti/>. – Дата доступа : 31.03.2019.

39. Скриба, С. И. Экономика и планирование торговой организации / С. И. Скриба, Н. Н. Скриба. – М. : Экономика, 2011. – 322 с.

40. Соломатина, И. Т. Экономика и организация деятельности торгового предприятия / И. Т. Соломатина. М. : ИНФРА-М, 2012. – 368 с.

41. Трубачева, С.И. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazатели-otsenki-effektivnosti-marketinga> – Дата доступа : 30.04.2019.
42. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 080111 "Маркетинг услуг" / Т. А. Тультаев. – Москва : ИНФРА-М, 2012. – 206с.
43. Туристско-экскурсионное дочернее унитарное предприятие «Гроднотурист» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://grodnotourist.by/hotel/about/> – Дата доступа : 30.04.2019.
44. Филип Котлер Основы маркетинга (5-е европейское издание) / Филип Котлер, Вероника Вонг, Джон Сондерс, Гари Армстронг : Издательство ИД «Вильямс», – 2012.
45. Финансовая независимость [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://myfin.by/wiki/term/koefficient-finansovoj-nezavisimosti> – Дата доступа : 31.03.2018
46. Хлебович, Д. И. Сфера услуг : маркетинг : учеб. пособие / Д. И. Хлебович. – Москва : ТГРУ, 2010. – 240 с.
47. Холмогоров В., Интернет-маркетинг. Краткий курс / В. Холмогоров. – СПб. : Питер, 2016. – 280 с.
48. Ценообразование туристического продукта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://studwood.ru/831500/marketing/tsenoobrazovanie_turprodukta – Дата доступа : 31.03.2018.
49. Черченко, Н. В. Основы маркетинга / Н. В. Черченко. – Минск : Тетралит, 2014. – 111 с.
50. Штатное расписание РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» / РУП «ЦЕНТРКУРОРТ» – Минск, 2019.