

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

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА»

(на матеріалах туристичної агенції «Гермес Тур»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи Т-41д,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Туризм»

Карасевича
Анатолія
Юрійовича

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Онищук
Наталя
Вікторівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук,
доцент

Онищук
Наталя
Вікторівна

Вінниця 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	5
1.1 Бізнес-планування розвитку підприємства: організаційні та методологічні аспекти реалізації	5
1.2 Структура та зміст бізнес-плану	9
1.3 Основні етапи формування бізнес-плану	12
РОЗДІЛ 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «ГЕРМЕС ТУР»	15
2.1 Дослідження внутрішнього середовища туристичної агенції «Гермес Тур».	15
2.2 Дослідження мікросередовища туристичної агенції «Гермес Тур»	23
2.3 Дослідження макросередовища туристичної агенції «Гермес Тур»	28
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «ГЕРМЕС ТУР»	31
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	41
ДОДАТКИ.....	47

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонов, Л.В. Особливості підприємницької діяльності на ринку реклами. *Соціально-економічні явища та процеси*. 2011. № 8. С. 9.
2. Балацька, Н. Ю. Туристичний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020, № 4, 117–122. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastructure42-20> (дата звернення 06.04.2023)
3. Башинська І.О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах. *Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»*. 2012. № 9 (34). Ч.1. С. 36-41.
4. Віннікова І. І. Особливості використання інструментів SMM у маркетинговій діяльності українських підприємств. *Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць*. 2017. № 14. С. 275–280.
5. Вовчанська О.М., Іванова Л.О., Балук Н.Р. Конфігурація складових PR-технологій у туристичному бізнесі. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2018. Т. 23. Вип. 3(68). С. 62–68.
6. В Україні стрімко зростає доля користувачів URL: <https://tech.liga.net/technology/novosti/v-ukraine-stremitelno-rastet-dolya-polzovateleyinternet> (дата звернення 06.04.2023)
7. Гвозденко Є.М., Чекштуріна В.М. Instagram як ефективний інструмент просування бізнесу. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. м. Харків, 2019 року*. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. С. 21.
8. Голубьонкова О.О., Лозинська Г.М. Сучасні тренди маркетингу туристичних послуг. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 23. С. 175–179. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/35.pdf>. (дата звернення 06.04.2023)

9. Гуменна, О. В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2016. №1(1), С. 48–53.
10. Дані ресурсу Global Logic URL: <https://www.globallogic.com/ua/> (дата звернення 06.04.2023)
11. Дані ресурсу DM Media Sapiens URL : <https://ms.detector.media/> (дата звернення 06.04.2023)
12. Дані ресурсу Kantar Ukraine URL: <https://tns-ua.com/>. (дата звернення 06.04.2023)
13. Дані ресурсу eMarketer URL: <https://www.emarketer.com/> (дата звернення 06.04.2023)
14. Дані ресурсу URL: <https://kyivstar.ua/uk/mm> (дата звернення 06.04.2023)
15. Дані ресурсу URL: <https://plusone.com.ua/> (дата звернення 06.04.2023)
16. Дані ресурсу URL: <http://kiis.com.ua/> (дата звернення 06.04.2023)
17. Зубарева М.А. Інструменти популяризації агенції у соціальних мережах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип.4. С. 738-742.
18. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. Т. 2, № 4. С. 64-74
19. Інструменти інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2429> (дата звернення 06.04.2023)
20. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в туризмі. *Карпатський край*. 2015. № 1 (2). С. 92–99.
21. Ковальчук М.І. Економічний аналіз діяльності підприємств АПК: підручник. Київ: КНЕУ, 2015. С. 390.
22. Кучечук Л. В. Види Інтернет-реклами. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2016. №6. С. 167–174.

23. Матковська Л. Використання мережі Instagram як інструменту SMM маркетингу туристичних підприємств. *Сучасні інноваційні технології у сфері готельно-ресторанного господарства. Матеріали Студентської наукової Інтернет-конференції*. ЧТЕІ КНТЕУС. С. 166-168.
24. Офіційна сторінка блогера marina.z.t в Instagram. URL: <https://www.instagram.com/marina.z.t/> (дата звернення 06.04.2023)
25. Полінкевич О. SMM-просування інноваційних послуг у туристичному бізнесі в умовах Covid-19. Ресторанний і готельний консалтинг. *Інновації*, 4(2), 206-222. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/249066/246576> (дата звернення 06.04.2023)
26. Просування компанії в соціальних мережах. Бізнес майстерня. URL: <https://www.bizmaster.xyz/2018/03/prosuvannya-restoranu-v-sotsialnyh-merezhah.html> (дата звернення 06.04.2023)
27. Савицька Н. Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C. *Маркетинг та цифрові технології*. 2017. №1. С. 20-33.
28. Семенов Н. Все про соцмережі. Вплив на людину 2020. URL: <http://www.seonews.ru/> (дата звернення 06.04.2023)
29. Старицький Т.М. Використання соціального медіа маркетингу як ефективного способу просування продукції. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. 2015. - 402 с
30. Суровцев О. О. Соціальний медіа-маркетинг як маркетингова комунікація підприємств під час виходу на зовнішні ринки. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород. 2016. №9. С.145-148.
31. ХОРОШОП. Як розрахувати ефективність реклами інтернет-магазину. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/how-to-measure-online-advertising/> (дата звернення 06.04.2023)
32. Храпкіна В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. № 50. С. 245—248.

33. Чміль Г. Л. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування послуг підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8126> (дата звернення: 15.03.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.55
34. Шахнавазов, А. SMM Стратегія: правильний приклад розробки. 2018. URL: <https://in-scale.ru/blog/smm-strategiya-pravilnyj-primer-razrabotki> (дата звернення 06.04.2023)
35. Шелеметьєва Т. В., Зацепіна Н. О., Гресь-Євреїнова С. В. Social Media Marketing як фактор розвитку туризму в умовах євроінтеграційних процесів. *Innovative development of the economy: global trends and national features. Collective monograph. Lithuania: Publishing House "Baltija Publishing"*. 2018. С. 575–589.
36. Шутенко В.П., Голуб М. О. PR-технології у туристичному бізнесі. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. м. Харків, 2019 року*. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019.
37. Ashley, C., & Tuten, T. Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology & Marketing*, 2015, 32(1), 15-27. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/mar.20761> (дата звернення 15.03.2023)
38. Chang, Y. T., Yu, H., & Lu, H. P. Persuasive messages, popularity cohesion, and message diffusion in social media marketing. *Journal of Business Research*, 2015, 68(4), 777-782. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296314003816> (дата звернення 15.03.2023)
39. Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 2015, 15(3), 289-309. URL: <https://www.ingentaconnect.com/content/westburn/tmr/2015/00000015/00000003/art00003> (дата звернення 15.03.2023)

40. Instagram vs Facebook – Що краще для бізнесу? Nakitel. 2020. [Електронне джерело] – Режим доступу: <https://nakitel.com/blog/instagramvs-facebook-shcho-krashche-dlya-biznesu> (дата звернення 15.03.2023)
41. Instagram як інструмент для бізнесу. URL: http://welldostudio.com/blog/instagram_iak_instrument_dlia_biznesu_n. (дата звернення 15.03.2023)
42. ProSMM. Реклама в Інстаграм: як налаштувати і запустити, скільки коштує. URL: <https://prosmm.com.ua/reklama-v-instagram-yak-nalashtuvaty-i-zapustyty-skilky-koshtye> (дата звернення 15.03.2023)
43. Stud.com.ua. Еленти аналізу конкурентів. Маркетинг. URL: https://stud.com.ua/48433/marketing/elementi_analizu_konkurentiv (дата звернення 15.03.2023)
44. Створення сайту 2023р. URL: <https://web-https://ifish.com.ua/ua/tsini-na-sajt/> (дата звернення 15.03.2023)
45. Карасевич А. Ю. Роль бізнес-планування у стратегічному управлінні підприємством. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих: Зб. наук. пр. XII Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 20 квітня 2023 р.). Вінниця : ВРР ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип.174. С. 223-229.*