

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

**« Бенчмаркінг та вдосконалення організації маркетингових досліджень в
туристичному підприємстві»
(за матеріалами ТОВ «Coral Travel»)**

Виконав: здобувач курсу, групи
спеціальності 242 «Туризм»

Китаєва Анна-Марія Євгенівна

Керівник: Бойко Л.Г., доц.

**м. Дніпро
2026**

АНОТАЦІЯ

«Бенчмаркінг та вдосконалення організації маркетингових досліджень в туристичному підприємстві» (за матеріалами ТОВ «Coral Travel»)

Об'єкт дослідження: виступає процес організації та здійснення маркетингових досліджень у діяльності туристичних підприємств, що функціонують в умовах високої конкуренції та динамічних змін ринкового середовища.

Предмет дослідження: є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів до використання бенчмаркінгу як інструменту підвищення ефективності системи маркетингових досліджень у діяльності туристичного підприємства, зокрема ТОВ «Coral Travel».

Мета роботи: є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів до використання бенчмаркінгу як інструменту підвищення ефективності системи маркетингових досліджень у діяльності туристичного підприємства, зокрема ТОВ «Coral Travel».

Одержані висновки та їх новизна: Одержані висновки та їх новизна полягають у тому, що досліджено особливості застосування бенчмаркінгу та організації маркетингових досліджень у діяльності туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», встановлено, що на туристичному ринку України діють потужні національні та міжнародні оператори, однак питання системного використання бенчмаркінгових підходів і інтеграції маркетингових досліджень у процес управління залишається недостатньо розкритим і потребує подальшого опрацювання з урахуванням кращих практик цифрового маркетингу та аналітики даних. Уточнено зміст поняття бенчмаркінгу в туристичному підприємстві як інструменту порівняльного аналізу фінансових, операційних і клієнтських показників, а також визначено напрями вдосконалення організації маркетингових досліджень через використання CRM-систем, сегментаційного аналізу та цифрових каналів збору інформації.

Запропоновані підходи можуть бути використані для підвищення ефективності управління туристичними операторами, зокрема для вдосконалення маркетингової діяльності та посилення конкурентних позицій ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» на туристичному ринку.

Ключові слова: бенчмаркінг, маркетингові дослідження, туристичне підприємство, ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», туристичний ринок, конкурентоспроможність, маркетинг-менеджмент, цифровізація, CRM-системи, сегментація споживачів, аналітика даних, управління маркетингом.

ANNOTATION

“Benchmarking and Improvement of the Organization of Marketing Research in a Tourism Enterprise” (based on materials of LLC “Coral Travel”)

Object of research: the process of organizing and conducting marketing research in the activities of tourism enterprises operating under conditions of high competition and dynamic changes in the market environment.

Subject of research: a set of theoretical, methodological, and practical approaches to the use of benchmarking as a tool for improving the effectiveness of the marketing research system in the activities of a tourism enterprise, in particular LLC “Coral Travel”.

Purpose of the work: a set of theoretical, methodological, and practical approaches to the use of benchmarking as a tool for improving the effectiveness of the marketing research system in the activities of a tourism enterprise, in particular LLC “Coral Travel”.

Findings and novelty: the findings and novelty lie in the study of the features of applying benchmarking and organizing marketing research in the activities of the tourism enterprise LLC “CORAL TRAVEL”. It has been established that powerful national and international operators function in the Ukrainian tourism market; however, the issues of systematic use of benchmarking approaches and the integration of marketing research into management processes remain insufficiently studied and require further development, taking into account best practices of digital marketing and data analytics. The concept of benchmarking in a tourism enterprise has been clarified as a tool for comparative analysis of financial, operational, and customer indicators. Directions for improving the organization of marketing research have been identified through the use of CRM systems, segmentation analysis, and digital data collection channels.

The proposed approaches can be used to improve the efficiency of tourism operators’ management, in particular to enhance marketing activities and strengthen the competitive position of LLC “CORAL TRAVEL” in the tourism market.

Keywords: benchmarking, marketing research, tourism enterprise, LLC “CORAL TRAVEL”, tourism market, competitiveness, marketing management, digitalization, CRM systems, consumer segmentation, data analytics, marketing management.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА БЕНЧМАРКІНГУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	7
1.1. Поняття та сутність бенчмаркінгу.....	7
1.2. Значення маркетингових досліджень у туризмі.....	12
РОЗДІЛ 2 БЕНЧМАРКІНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «CORAL TRAVEL».....	19
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Coral Travel».....	19
2.2. Аналіз та оцінка використання бенчмаркінгу на ТОВ «Coral Travel»...	27
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ТОВ «CORAL TRAVEL».....	33
3.1. Заходи щодо впровадження банчмаркінгу та маркетингових досліджень на підприємстві.....	33
3.2. Оцінка ефективності розроблених заходів.....	40
ВИСНОВКИ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53