

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА

Кафедра менеджменту і адміністрування

МАРКІНА ІРИНА АНАТОЛІЇВНА
ВОЙТОВИЧ СЕРГІЙ ЯРОСЛАВОВИЧ
ПОТАПЮК ІРИНА ПЕТРІВНА

СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ

МОНОГРАФІЯ

Полтава 2014

УДК 658.8:338.46
ББК У 9 (4 УК) 291.3
М 27

ISBN

Рецензенти: В.А. Гросул, д.е.н., професор Харківського державного університету харчування і торгівлі
І.А. Ігнат'єва, д.е.н., професор Київського національного університету технологій та дизайну
Л.Г. Ліпич, д.е.н., професор Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Маркіна І.А., Войтович С.Я., Потапюк І.П. Стратегічне маркетингове управління підприємствами сфери послуг: [Монографія] / І.А. Маркіна, С.Я. Войтович, І.П. Потапюк. – Кіровоград: ФО-П Александрова М.В., 2014. – 312 с.

Монографія присвячена теоретико-методичним та прикладним положенням і рекомендаціям щодо забезпечення процесу стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг. В роботі визначено зміст, особливості та проблеми стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг; досліджено класифікацію маркетингових управлінських стратегій, які використовуються у сфері послуг; виділено принципи та засади реалізації функцій стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг; з'ясовано основні тенденції розвитку ринку сфери фізичної культури і спорту, досліджено діяльність підприємств фізкультурно-спортивних послуг; проаналізовано застосування стратегічного маркетингового управління вітчизняними підприємствами сфери послуг; обґрунтовано особливості реалізації функцій стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг; здійснено прогнозування характеристик маркетингових стратегій підприємств фізкультурно-спортивних послуг, розроблено методико-прикладне забезпечення та сформовано організаційний механізм стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг.

Розрахована для викладачів, аспірантів, магістрів і спеціалістів, а також для наукових працівників і тих, хто цікавиться питаннями стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг.

ББК У 9 (4 УК) 291.3
ISBN

© МАРКІНА І.А., ВОЙТОВИЧ С.Я., ПОТАПЮК І.П.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ.....	12
1.1. Теоретичні засади стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг.....	12
1.2. Управлінські підходи до маркетингових стратегій підприємств сфери послуг	38
1.3. Ринковоадаптовані принципи та функції стратегічного маркетингового управління підприємствами в сучасних умовах	58
РОЗДІЛ 2. МОНІТОРИНГ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ.....	81
2.1. Діагностика діяльності підприємств сфери послуг України...	81
2.2. Методика застосування маркетингових стратегій управління підприємствами сфери послуг.....	108
2.3. Функціональна підсистема стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг...	119
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ.....	143
3.1. Економіко-математичне моделювання характеристик маркетингових стратегій підприємств сфери послуг.....	143
3.2. Методика оцінки ефективності стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг...	164
3.3. Розробка та впровадження організаційно-економічного механізму стратегічного маркетингового управління підприємствами сфери послуг	186
ВИСНОВКИ.....	201
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	205
ДОДАТКИ.....	234