Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0218U006665

Державний реєстраційний номер: 0115U006799

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 10-07-2018

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Маркетингова політика вищого навчального закладу на ринку освітніх послуг

Початок етапу: 01.2016

Закінчення етапу: 12.2017

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Харківський державний університет харчування та торгівлі

Код за ЄДРПОУ: 01566330

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (057) 336-8979, (057)337-85-35

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Харківський державний університет харчування та торгівлі

Код за ЄДРПОУ: 01566330

Місцезнаходження: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61051, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380573378535

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрям фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7704 - власні кошти, кошти підприємств, установ, організацій, фізичної особи на виконання ініціативних робіт

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 3

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Маркетингова політика вищого навчального закладу на ринку освітніх послуг

Назва роботи англійською:

Marketing policy of a higher educational institution in the market of educational services

Реферат українською:

Заключний звіт про НДР: 222 с., 20 табл., 22 рис., 7 дод., 191 джерело ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ, ОСВІТНІЙ ПРОДУКТ, РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ, МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА; КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ. Об'єкт дослідження - процес формування маркетингової політики вищого навчального закладу (закладу вищої освіти) на вітчизняному ринку освітніх послуг. Методи дослідження - контент-аналіз наукових праць щодо об'єкту дослідження; статистичний аналіз тенденцій розвитку вітчизняного ринку освітніх послуг; спостереження, порівняльний аналіз маркетингової діяльності закладів вищої освіти м. Харкова; ціновий моніторинг; конкурентне сегментування; методи цільового маркетингу. Мета роботи - розробка теоретико-методологічних засад, положень та рекомендацій щодо формування інноваційної маркетингової політики вищого навчального закладу (закладу вищої освіти) на вітчизняному ринку освітніх послуг. Результати роботи: обґрунтовано комплексний характер освітнього продукту; окреслено фундаментальні засади функціонування ринку послуг вищої освіти в контексті теорії меріторних благ, що становить підґрунтя формування маркетингової політики закладу вищої освіти; обґрунтовано застосування комплексу маркетингу "7 P+S" для формування споживчої цінності освітнього продукту та його просування; визначено особливості складових маркетингової політики. Розроблено практичні рекомендації щодо формування та реалізації інноваційного комплексу маркетингу у сфері вищої освіти та його інструментів. Одержані результати мають теоретичну цінність, що дозволяє їх застосовувати в процесі навчально-наукової діяльності в якості методологічної основи розробки маркетингової політики закладу вищої освіти та вдосконалення навчальних програм, методичної та навчальної літератури. Практичне значення дослідження - активізація маркетингової діяльності для зміцнення конкурентоспроможності університету на вітчизняному ринку послуг вищої освіти.

Реферат англійською:

Higher education institution, educational product, educational services market, marketing policy; marketing complex. The object of the research is the process of formation a marketing policy of a higher educational institution (institution of higher education) in the domestic market of the educational services. Methods of research are the following: content analysis of scientific works on the subject of research; statistical analysis of trends in the development of the domestic market of the educational services; observation, comparative analysis of the marketing activity of institutions of the higher education in Kharkiv; price monitoring; competitive segmentation; targeted marketing methods. The purpose of the work is to develop theoretical and methodological principles, regulations and recommendations for the formation of an innovation marketing policy of the higher educational institution (institution of higher education) in the domestic market of the educational services. Results of the work: substantiation of the complex nature of the educational product; outlining of the fundamental principles of functioning of the market of the higher education services in the context of the theory of mortgages, which forms the basis for formation of marketing policies of the higher education institution; substantiation of application of the marketing complex "7 P+S" for formation of the consumer value of the educational product and its promotion; determination the features of components of the marketing policy. There developed the practical recommendations for formation and implementation of an innovative marketing complex in the field of higher education and its tools. The obtained results have a theoretical value which allows them to be used in the process of educational and scientific activity as a methodological basis for the development of the marketing policy of the

higher education institution and improvement of training programms, methodological and educational literature. The practical significance of the research is the activation of marketing activities to enhance the competitiveness of an university in the domestic market of the higher education services. 5481

Індекс УДК: 339.13(100), 339.13

Коди тематичних рубрик: 72.25

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Савицька Наталія Леонідівна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Теоретичні аспекти формування маркетингової політики вищого навчального закладу на ринку освітніх послуг та рекомендації щодо вибору інструментів маркетингу на інноваційних засадах

Назва НТП англійською: Marketing policy of a higher educational institution on the market of educational services

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати:

Галузь застосування: 85.42 Вища освіта

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Спираючись на фундаментальні засади функціонування ринку послуг вищої освіти та специфіку освітньої послуги, форми її товарного продукту, розвинуто теоретичні засади формування маркетингової політики на ринку освітніх послуг. Обгрунтовано застосування комплексу маркетингу "7 P+S" для формування споживчої цінності освітнього продукту та його просування; визначено особливості складових маркетингової політики закладу вищої освіти.

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 17.11.2016, 24.11.2017, 30.11.2017

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: Абітурієнти, студенти, бізнес-структури, працедавці, держава

Перспективні ринки: ринок послуг вищої освіти

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

1. Савицька Н. Л. Удосконалення комплексу маркетингу у сфері послуг / Н. Л. Савицька, О. В. Жегус, І. Ю. Мелушова, М. В. Михайлова // Scientific letters of academic society of Michal Baludansky. Vol. 5, № 4. - Kosiece,

Slovakia, 2017. - P. 116-120. (0,08/0,3 д.а.). 2. Савицька Н.Л. Концептуалізація принципів освітнього менеджменту в підготовці фахівців з маркетингу // Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Науково-інформаційна підтримка навчального процесу : XII Всеукр. наук.-метод. конф., 25 вересня 2017 р. : [тези] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Х. : ХДУХТ, 2017. - С. 308-309 3. Савицька Н.Л. Ринок вищої освіти в контексті теорії меріторних благ /Н. Савицька, Н. Ушакова, І. Помінова // Проблеми економіки. - 2016. - № 4. - С. 190-196. 4. Савицька Н.Л. Особливості маркетингу на ринку освітніх послуг ВНЗ // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : Міжнародна науково-практична конференція, 19 травня 2016 р. : [тези у 2-х ч.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Харків : ХДУХТ, 2016. - Ч. 2. - 183-184. 5. Савицька Н.Л. Особливості товару на ринку освітніх послуг вищих навчальних закладів // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : збірник наукових праць за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 21-22 квітня 2016р.). - Полтава : ПУЕТ, 2016. - С. 112-114. 6. Савицька Н.Л. Соціальна відповідальність вищих навчальних закладів // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : Міжнародна науково-практична конференція, присвячена 50-річчю заснування Харківського державного університету харчування та торгівлі, 18 травня 2017 р. : [тези у 2-х ч.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Харків : ХДУХТ, 2017. - Ч. 2. - С. 9-10. 7. Savytska N.L., Lylyk I.V. Marketing of the higher education and marketers education // Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : Міжнародна науково-практична інтернет- конференція, присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 3 жовтня 2017 р. : [тези доп.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Х. : ХДУХТ, 2017. - С. 11-13. 8. Жегус О. В. Ринок послуг вищої освіти як основа маркетингової діяльності вищого навчального закладу / О.В. Жегус // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. О. І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. - Харків : ХДУХТ, 2017. - Вип. 1 (25)., С.269-281. 9. Жегус, О.В. Маркетинговий підхід до ціноутворення на послуги вищої освіти / О.В. Жегус, А.О. Кривошеєва, С.О. Мордак // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. / відпов. ред. О.І. Черевко. - Харків: ХДУХТ, 2016. - Вип. 2(24). - С.240-249 10. Жегус О.В. Вищий навчальний заклад в умовах маркетизації сфери вищої освіти/ Економічний простір: Збірник наукових праць, Дніпропетровськ: ПДАБА. - №122. - 2017, С. 193-204 11. Жегус О.В. Диверсифікація видів діяльності вищих навчальних закладів як елемент маркетингу у сфері вищої освіт/Глобальні та національні проблеми економіки/Електронне наукове видання/Випуск № 18. Серпень 2017 р., С.207-213 12. Жегус О.В. Еволюція концепцій маркетингу у сфері вищої освіти/ Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. О. І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. - Харків : ХДУХТ, 2017. - Вип. 2 (26), С. 13. Жегус О.В. Інтегрований комплекс маркетингу послуг вищої освіти/ Бізнес-інформ. - 2017. - № 10, С. 14. Помінова І.І. Державно-громадське управління розвитком вищої освіти / І.І. Помінова // Матеріали Міжн. наук.-практ. конф.: "Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність" (19.05.16) Ч. 2. ХДУХТ. - Харків, 2016. - С. 155-156. 15. Помінова І.І. Дисбаланси розвитку вищої освіти України / І.Помінова, Н. Гебер, Н. Сокол // //Сб. научных трудов "Актуальные научные исследования в современном мире" - Переяслав-Хмельницкий, 2016. - Вып. 10(18), ч. 2 - С. 108-113. 16. Помінова І.І. Обмеження бюджетного фінансування вищої освіти / І.І. Помінова [Електр. вид.] // Матеріали III Міжн. наук.-практ. конф. "Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики" (17-18 березня 2016 р.).- Х. : ХННІ ДВНЗ "УБС", 2016. 17. Помінова І. Альтернативні джерела фінансування системи вищої освіти / І. Помінова, Н. Сокол // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : Зб. наук. праць у 2 ч. - Харків : ХДУХТ. - Вип. 1 (25). - 2017. - С. 196-206. 18. Прядко О.М. Рейтингова оцінка ВНЗ регіону як інструмент маркетингового менеджменту/ О.М. Прядко, І.Ю. Тарасов, О.В. Шуригін/ Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. / відпов. ред. О.І. Черевко. - Харків: ХДУХТ, 2016. - Вип. 1(24). - С.200-213 19. Жегус О.В. Інструменти та технології малобюджетного маркетингу в вищих навчальних закладах/ Маркетинг майбутнього: виклики та реалії: Матеріали І міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 25 жовтня 2017 р.) / Навчально- науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. - Київ: Державний університет телекомунікацій, 2017. - С. 265-266. 20. Жегус О.В Вищий навчальний заклад як суб'єкт

економічної системи/ Актуальні проблеми науково-промислового комплексу регіонів. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-24 квітня 2017 р., м. Рубіжне / Ілляшенко О.В., Рубан Е.В. - Харків: Мачулін, 2017. - С. 205-208 21. Жегус О.В. Маркетингові інновації у сфері вищої освіти/Сучасні тенденції та перспективи розвитку системи управління в Україні та світі: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 16-17 березня 2017 р.)/ Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва, 2017. С.171-172 22. Жегус О.В. Особливості маркетингу вищого навчального закладу/ Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі: Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 3 жовтня 2017 р. : [тези доп.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Х. : ХДУХТ, 2017. - С. 34-35 23. Жегус О.В. Пріоритети маркетингової діяльності вищих навчальних закладів/ Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : Міжнародна науково-практична конференція, присвячена 50-річчю заснування Харківського державного університету харчування та торгівлі, 18 травня 2017 р. : [тези у 2-х ч.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Харків : ХДУХТ, 2017. - Ч. 2. - С. 177-179 24. Жегус О.В. Проектний метод навчання як інструмент формування взаємовідносин вищого навчального закладу із бізнес-середовищем/ Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Сучасна парадигма вищої освіти : XIV Всеукр. наук.-метод. конф., 29 вересня 2017 р. : [тези] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Х. : ХДУХТ, 2017. - С. 213-214 25. Жегус О.В. Процеси маркетизації у сфері вищої освіти/ Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: Тези доповідей XXV міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2017 у 4 ч., Ч.III (18-20 травня 2017 р., Харків) / за ред. проф. Сокола Є.І. - Харків, НТУ "ХПІ". - С.178 26. Жегус О.В. Холістичний маркетинг як сучасна концепція управління вищим навчальним закладом/ Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції "Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу". 28-30 вересня 2017 року / під заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. - Суми: ТРИТОРІЯ, 2017. - С. 72-73 27. Жегус О.В., Тарасов І.Ю. Особливості ціноутворення на освітні послуги у ВНЗ / Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Сучасна парадигма вищої освіти : XIII Всеукр. наук.-метод. конф., 30 вересня 2016 р. : [тези] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Х. : ХДУХТ, 2016. - С.43-44 28. Жегус, О.В. Маркетинговий підхід до ціноутворення на послуги вищої освіти / О.В. Жегус, А.О. Кривошеєва, С.О. Мордак // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. / відпов. ред. О.І. Черевко. - Харків: ХДУХТ, 2016. - Вип. 2(24). - С.240-249 29. Кривошеєва А.О., Мордак С.О. Роль маркетингової цінової політики у сфері вищої освіти/ Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді : Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених і студентів, 7 квітня 2016 р. : [тези у 2-х ч.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Харків : ХДУХТ, 2016. - Ч. 2. - С. 302 30. Кривошеєва А.О., Сіроус М.В., Маркетингові дослідження як фактор конкурентоспроможності вищого навчального закладу/ Актуальні проблеми науково-промислового комплексу регіонів. Матеріали II Всеукраїнської науково-технічної конференції, 18-25 квітня 2016 р., м. Рубіжне / Рубан Е.В., Гончаров В.В. - Рубіжне: видавець О. Зень, 2016., С. 222-223 31. Сіроус М.В., Кучер Л.А. Особливості формування цінової політики у сфері вищої освіти/ Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді : Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених і студентів, 7 квітня 2016 р. : [тези у 2-х ч.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. - Харків : ХДУХТ, 2016. - Ч. 2. С. 315. 32. Тарасов І.Ю. Формування системи маркетингових комунікацій ВНЗ. //Materialy XII Mezinarodni vedecko-prakticka konference "Veda a vznik - 2016" 22.12 - 30.12.2016. Dil 1. Ekonomicke vedy. - Praha: Publishing House "Education and Science" s.r.o., 2016. c. 68 - 71.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Черевко Олександр Іванович

д. т. н.

Перелік осіб-виконавців

Афанасьєва О.П.

Жегус О.В.

Зарецька Л.М.

Красноусов А.В.

Кривошеєва А.О.

Кулініч О. А.

Мелушова І.Ю.

Мелушова А.С.

Михайлова М.В.

Мордак С.О.

Олініченко К.С

Полевич К.В.

Помінова І.І.

Прядко О.М.

Сокол Н.А.

Сіроус М.В.

Тарасов І.Ю.

Ушакова Н.Г.

Федоренко Н.М.

Чвала С.В.

Черевко К.О.

Чміль Г.Л.

Відповідальний за підготовку облікових документів

Телефон

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

