

Секція 4. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

УДК 649.9.001.76

ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Л.П. Малюк, Л.М. Варипасєва, О.Г. Терешкін

Розглянуто питання актуальності розробки інновацій у сфері гостинності. Проведено аналіз сучасних інноваційних технологій у готельно-ресторанному бізнесі. Досліджено розвиток готельної справи в місті Харкові. Розроблено інноваційні послуги та запропоновано їх для втілення в бутик-готелі.

Ключові слова: інновації, послуги, готельно-ресторанний бізнес, бутик-готель.

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Л.П. Малюк, Л.М. Варипасєва, О.Г. Терешкін

Рассмотрены вопросы актуальности разработки инноваций в сфере гостеприимства. Проведен анализ современных инновационных технологий в гостинично-ресторанном бизнесе. Исследовано развитие гостиничного дела в городе Харькове. Разработаны инновационные услуги и предложены для воплощения в бутик-отеле.

Ключевые слова: инновации, услуги, гостинично-ресторанный бизнес, бутик-отель.

INNOVATION IN THE FIELD OF HOSPITALITY

L. Maluk, L. Varipayeva, O. Tereshkin

The issue of innovation development urgency in the field of hospitality is considered. Modern innovative technologies in the hotel and restaurant business are analyzed. Innovative technologies of providing services in the hotel and restaurant business are rapidly developing in the direction of meeting the increasingly demanding needs of consumers. Innovative technologies in the hospitality industry have dynamics of the development. Hoteliers and restaurateurs constantly face the task of attracting as many regular consumers as possible in a competitive environment. It is practically impossible to achieve such tasks without the introduction of innovative technologies in modern business. Urbanization, the increased pace of life lead to the emergence of small cozy ecological hotels, among which boutique hotels are becoming more

and more popular. Boutique Hotel is a small designer exclusive hotel with a special style and atmosphere with an individual approach to every guest. The main difference of the boutique hotel from the traditional network hotels is the ability to combine luxury and comfort, stylish interior and home comfort harmoniously.

The development of hotel business in Kharkiv city is studied. Innovative services are developed and offered for implementation in a boutique hotel.

The necessity to introduce innovations in the hotel and restaurant business stimulates competitive struggle. The importance of developing innovative services and their implementation in the activities of the institutions is becoming an objective necessity at all stages of the enterprise activity. One of the trends in hospitality development in Kharkiv city is the increase of the number and construction of mini-eco-boutique hotels with a wide range of innovative additional services, which will increase the competitiveness of institutions and quality of guest service.

Keywords: *innovations, services, hotel and restaurant business, boutique hotel.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Інноваційні технології в індустрії гостинності мають динаміку розвитку. Готельєри та ресторатори постійно мають вирішувати завдання із залучення якомога більше постійних споживачів за умов підвищення конкурентоспроможності. Досягти виконання таких завдань без упровадження інноваційних технологій у сучасному бізнесі практично не можливо. Бар'єрами на шляху розвитку інноваційних технологій є проблеми, пов'язані з фінансуванням розробок інновацій, відчуженням підприємцем за необхідності адаптації закладів до нових підходів ведення бізнесу, браком високоякісних фахівців, які розуміються на методології впровадження інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «інновація» науковці використовують понад сто років. У науковій літературі запропоновано різноманітні його трактування, що зумовлено різним спрямуванням досліджень (напрямами науки, галузями господарств, об'єктами та методами досліджень тощо).

Термін «інновація» вперше увів австрійський учений Й. Шумпетер у 1912 р. у роботі «Теорія економічного розвитку». Слово «інновація» походить від лат. «пово» – змінювати, оновлювати, що дає змогу трактувати цей термін як розроблення, упровадження на практиці нововведень у будь-якій сфері людської діяльності. Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає термін «інновація» як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Постійна робота з розробки та впровадження інноваційних послуг у готельно-ресторанному господарстві стає одним з основних завдань в умовах конкуренції, оскільки вони забезпечують конкурентні переваги на ринку, як у довгостроковій, так і близький перспективі [1–2].

Останнім часом у світі з'являється багато інноваційних технологій у сфері гостинності, серед яких, наприклад:

- сервіс «Tech tit, Get it» (спілкування смайликами);
- дворецькі-роботи;
- виїзне розміщення;
- уроки оперного співу;
- уроки танців;
- прогулянки з левами;
- відпочинок без електронних пристроїв;
- «глибокий сон» і Phone замість ключів;
- персональний помічник і Pad, «музичний ліфт»;
- дбайливий кондиціонер, веб-моніторинг;
- електронне меню;
- інновації в оформленні карти вин;
- «літаючі таці», обслуговування на роликах;
- офіціанти-роботи тощо.

Мета статті – на підставі аналізу тенденцій розвитку сфери гостинності у світі розробити пропозиції щодо інноваційних технологій надання послуг у новому типі закладу «бутік-готель» у місті Харкові.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на складні макро-, мікроекономічні та політичні умови, готельне господарство та ринок готельних послуг України продовжує функціонувати, підлаштовуючись під реалії сьогодення. Серед тенденцій розвитку в кризових умовах функціонування готельного ринку можна відокремити активізацію ЗМІ в напрямі формування пильності клієнтів до якості готельних послуг (телевізійні програми з внутрішніми перевітками готельних підприємств тощо) та збільшення в Україні кількості poshotels (гібрид бутік-готелю та традиційного хостелу), які мають високі рейтинги за відгуками гостей у міжнародних системах бронювання [3].

Інноваційні технології надання послуг у готельно-ресторанному бізнесі стрімко розвиваються в напрямі задоволення потреб все більш вимогливих споживачів. Урбанізація, підвищений темп життя зумовлюють появу невеликих затишних екологічних готелів, серед яких все більшу популярність набувають бутік-готелі. Бутік-готель – невеликий дизайнерський ексклюзивний готель, що

передбачає особливий стиль і атмосферу з індивідуальним підходом до кожного гостя. Головна відмінність butik-готелю від традиційних мережевих готелів полягає в умінні гармонійно поєднувати розкіш і комфорт, стильний інтер'єр і домашній затишок. Перші butik-готелі з'явилися у світі на початку 80-х рр. XX ст. У 1981 р. в Лондоні (Південний Кенсінгтон) колишня актриса, а зараз відомий дизайнер Ганнушка Хемпель, відкрила готель The Blakes Hotel. Пізніше в 1984 р. відомий готельєр і дизайнер Ян Шрагер купив Executive Hotel на Медісон Авеню в Нью-Йорку та створив butik-готель Morgan's. Саме після відкриття цього готелю термін «butik-готель» увійшов у вжиток. Ян Шрагер сформулював і концепцію butik-готелю: «Готель – будинок далеко від дому». У всьому світі практика проживання в butik-готелях стає все більш популярною, оскільки готелі з унікальними інтер'єрами – це чудова альтернатива для тих, кому набридли стандартні номери мережевих брендів.

Харків – одне з найбільш відвідуваних міст. Воно розташоване в північно-східній частині України на кордоні двох ландшафтних зон – лісостепу та степу – біля місця злиття річок Лопань, Уди та Харків. У колишній столиці України вельми розвинена туристична інфраструктура, тут завжди знайдеться що подивитися і безліч варіантів проведення веселого дозвілля. Це одне з найбільших міст у Східній Україні, яке розташоване в історичному регіоні – Слобожанщині.

Центр міста будували відомі на весь світ архітектори, у ньому є унікальні пам'ятки, яких не зустрінеш більше ніде. Наприклад, Держпром із моменту будівництва набув слави «першого українського хмарочоса». Тут знаходиться найбільша площа в Європі, яка становить 12 га. У всьому світі подібних площ не більше десяти. У Харкові є власний, так званий «Диснейленд» – парк імені Горького, який за останні роки став одним із кращих парків атракціонів не тільки в Україні, але й, мабуть, у Європі. Це дуже гарний, чистий і сучасний парк, розділений на кілька тематичних «кварталів», з атракціонами на будь-який смак, безліччю кафе і навіть власним озером із лебедями. Також у місті є два великі зоопарки, у яких можна побачити рідкісних тварин. Центральний зоопарк – найстаріший в Україні, його заснували в 1896 р. Тут утримується більше 7000 тварин, понад 400 видів. У місті знаходиться знаменитий «трикутник» соборів: Покровський, Успенський і Благовіщенський. Перший побудований у стилі «козацького бароко», другий – у дусі класицизму, третій – гармонійно поєднує готику та балкансько-візантійські елементи. У Харкові є багато факторів, що роблять регіон привабливим для

іноземного капіталу. Один із них – це вигідне географічне положення та розвинена інфраструктура. Харків знаходиться на перетині міжнародних шляхів, є центром залізничного та авіаційного сполучення.

На території міста функціонує більше ніж 140 засобів розміщення, із яких 4 п'ятизіркових і 26 чотиризіркових готелі. Аналіз готельно-ресторанного бізнесу в Харкові свідчить про відсутність високоякісних бутік-готелів, що дає підстави для розробки інноваційного проекту цього виду закладу сфери гостинності.

Мета бутік-готелю – створення затишної та комфортної атмосфери для перебування гостей у готелі, надання найсучасніших та ексклюзивних послуг кваліфікованим персоналом, який приділить максимум уваги будь-якому побажанням постояльця. У бутік-готелі кожен відвідувач повинен відчувати себе улюбленим і бажаним гостем. Місія бутік-готелю: «Унікальність та ексклюзивність послуг здивує навіть найвимогливіших відвідувачів».

У розвитку готельного бізнесу важливе значення має імідж готелю, який забезпечує сприятливе його сприйняття. Імідж у цілому складається з місця розташування готелю, пропонуваніх послуг і зручностей, зовнішнього сприйняття та внутрішньої атмосфери готелю, рівня кваліфікації обслуговуючого персоналу. Імідж готелю – це цілісна картина того, що готель пропонує споживачеві.

Бутік-готель – перший у Харкові готель, який повністю відповідатиме своїй категорії. Це тип невеликого готелю: особливо стильний, розкішний, вишуканий, із високим рівнем обслуговування та ексклюзивним інтер'єром. Бутік-готель має знаходитися у самому серці Харкова, а саме на одній із центральних, але затишних вулиць. Зручне місце розташування в центрі міста, поряд із головними пам'ятками, транспортною доступністю, широким спектром послуг та індивідуальним підходом до кожного гостя зроблять готель ідеальним місцем для проживання ділових туристів і мандрівників. У готелі витримуватимуться всі новітні технології сучасного сервісу. Номери будуть унікальні та неповторні, кожен матиме свою назву, обличчя та всі зручності. Рівень обслуговування в бутік-готелі повинен відповідати класу «люкс». Крім основної послуги – розміщення та проживання, бутік-готель буде пропонувати додаткові інноваційні та ексклюзивні послуги, яких немає в жодному готелі міста (рис. 1, табл. 1).

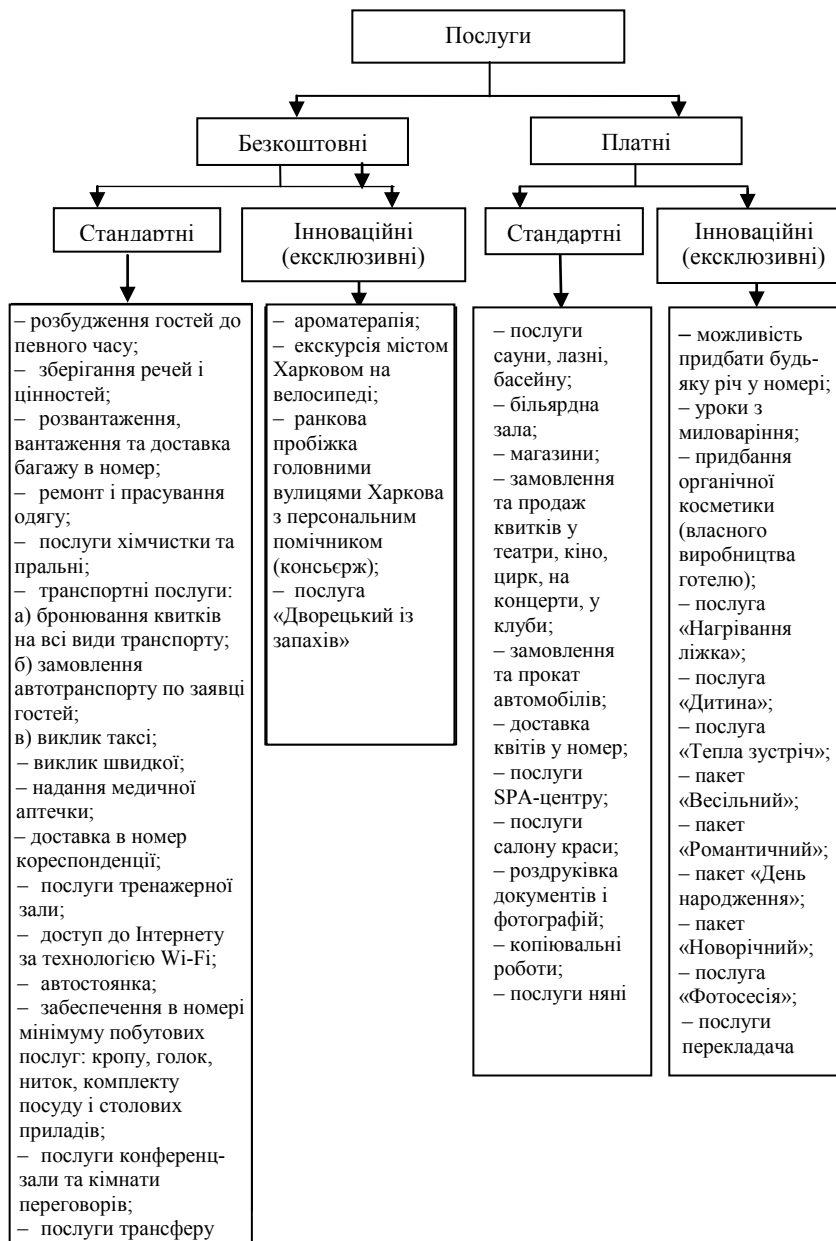


Рис. 1. Додаткові послуги butik-готелю

Таблиця 1

**Характеристика безкоштовних та платних інноваційних
(ексклюзивних) послуг бутік-готелю**

Послуга	Характеристика
1	2
<i>Безкоштовні</i>	
Ароматерапія	Персонал готелю з'ясовує, які аромати любить гість, після чого співробітник SPA-салону відтворює їх у номері
Екскурсія містом Харковом на велосипеді	Надання велосипедів і персонального гіда, який проводить екскурсію найвизначнішими місцями міста Харкова
Ранкова пробіжка головними вулицями Харкова з персональним помічником (консьерж)	Кожного ранку, за наявності бажаючих, будуть проводитися ранкові пробіжки, під час яких гостей буде супроводжувати консьерж
Послуга «Дворецький із запахів»	У будь-який час доби за дзвінком гостя на порозі номера з'являється «дворецький із запахів» із тацею, на якій розташовані флакони таких розкішних ароматів, як Chanel No. 5, Daisy Marc Jacobs, Tom Ford for Men, Bulgari Pour Homme тощо. Гість може безкоштовно користуватися будь-яким із запропонованих ароматів необмеженою кількістю разів протягом свого перебування в готелі
<i>Платні</i>	
Можливість придбати будь-яку річ у номері	Кожен відвідувач може придбати предмети інтер'єру та декору, які є в номері, а саме: картини, статуетки, штори, карнизи для штор, підхват для штор, дзеркала, вази, вазони, свічки, свічки, панно, годинники, рослини, настінні прикраси тощо

Продовження табл. 1

1	2
Уроки з миловаріння	У готелі є власна майстерня, де виробляють органічну косметику. Постояльцям пропонується відвідати уроки з миловаріння, де буде проводитися ознайомча лекція зі створення та виготовлення мила, а потім уже сам процес миловаріння. Після чого створене постояльцями мило можна забрати як сувенір
Придбання органічної косметики	Можливість придбати органічну косметику власного виробництва готелю (у разі купівлі споживачам надаються рекомендації з вибору та використання продукції)
Послуга «Нагрівання ліжка»	Співробітник готелю в спеціальному термостюмі приходить до номеру споживача, лягає в ліжко та протягом 10 хвилин зігріває постіль. Після чого він залишає номер, а постіль гостя стає теплою і він не відчуває дискомфорту від холоду постільної білизни
Послуга «Дитина»	Для того щоб гість після важкого робочого дня міг розслабитися та відчути себе дитиною, йому пропонується читання казок на ніч. До номеру гостя прийде няня, яка буде читати казки (на вибір гостя). Послуга доступна для дорослих і дітей
Послуга «Тепла зустріч»	Готель пропонує гостям, які люблять поніжитися у ванні, спеціальну послугу, у разі замовлення якої співробітник SPA-салону підготує ароматну ванну з урахуванням усіх побажань постояльца
Послуга «Фотосесія»	Надання гостям персонального професійного фотографа, який зробить фотосесію у вишуканих інтер'єрах готелю та ексклюзивному одязі

1	2
Пакет «Весільний»	У цей пакет уходять: – номер «Люкс» зі спеціальним весільним декором; – шампанське та полуниця в шоколаді в подарунок від готелю; – романтичний набір для молодят (ефірні олії, сіль для ванни, крем для догляду за обличчям і тілом); – сніданок у номер; – знижка 50% на послуги SPA-салону або салону краси (на вибір); – пізній виїзд до 18 ⁰⁰ ;
Пакет «Романтичний»	У цей пакет уходять: – проживання в номері «Люкс» або «Напівлюкс» на двох; – прикрашання номеру пелюстками троянд і приготування ароматної ванни; – комплімент від готелю: 2 десерти на вибір із меню і пляшка ігристого вина Cruse Blanc; – безкоштовне відвідування сауни, лазні, басейну; – сніданок на двох у номері або ресторані готелю; – ранній заїзд о 12 ⁰⁰ дня; – пізній виїзд о 18 ⁰⁰ ;
Пакет «День народження»	У цей пакет уходять: – знижка в розмірі 20% на проживання; – знижка в розмірі 10% на послуги ресторану; – подарунок від готелю – пляшка шампанського та кошик із фруктами; – безкоштовне відвідування однієї з послуг SPA-салону; – ранній заїзд і пізній виїзд
Пакет «Новорічний»	У цей пакет уходять: – 3 ночі перебування в готелі; – свіжі квіти та фрукти; – новорічна ялинка в номері; – 15% знижки на послуги сауни, лазні, басейну; – святкова вечеря на двох у ресторані (напої не включені); – підготовка номера до сну (послуга «нагрівання ліжка»)
Послуги перекладача	Надання послуг перекладача, який буде супроводжувати постояльців

Також у готелі як секретний елемент обслуговування буде використовуватися новітнє оснащення номерів, а саме інфрачервоними датчиками. Ці датчики відстежують, чи є гість у номері, завдяки чому прибиральниця, наприклад, завжди знає, можна прибирати кімнату чи ні. У результаті постоялець гарантовано убезпечує себе від неприємних ексцесів.

Одним із приємних сюрпризів буде також подана по приїзді до готелю кава. Вона буде особлива для кожного, адже її приготують спеціально за всіма побажаннями гостя. У соціальних мережах у групі готелю проводитиметься опитування (наприклад, яку каву більше люблять? Скільки ложок цукру?). Якщо гість відповів, то за наступного відвідування готелю, каву йому подадуть відповідно до вибраного типу і з ідеальною кількістю ложок цукру.

Ще однією перевагою стануть телевізори, у пам'ять яких будуть записані різні відеоролики, інформація, статті, фото, зокрема інформація про всі послуги готелю та ресторану. Постояльці знайдуть відеоролики про те, які місця найкраще відвідати в місті Харкові (історичні пам'ятки, культурні заходи, релігійні споруди тощо), інформацію, короткі огляди про ресторани, тематичні кафе, бари, їх місцезнаходження та навіть схеми маршруту.

За допомогою відеороликів можна здійснити віртуальний тур по ресторану та навіть на його кухню, де гості зможуть переглядати процес приготування фірмових страв, інтерв'ю з шеф-кухарем та ознайомитись із віртуальним меню з описом страв, їх складу, цін, що стимулюватиме постояльців витратити більше, завдяки барвистим зображенням кулінарних шедеврів. Усі ці секретні елементи обслуговування неодмінно будуть приваблювати споживачів саме до бутік-готелю, адже гість, насамперед, шукає комфорт і домашній затишок.

Важливість використання інноваційних ідей у готельному і ресторанному бізнесі іноді недооцінюється їх власниками. Адже саме інновації спрямовані на залучення і утримання клієнтів. Впровадження нових ідей автоматично підвищує рівень сервісу закладу. Крім зручностей, які надають інновації гостям, вони здатні суттєво економити витрати на робочу силу та інші статті витрат, а також краще організувати роботу ресторану.

Як і в готельному господарстві, ресторанні послуги розподіляються на основні та додаткові. Основною послугою ресторану є харчування. Додаткові послуги ресторану бутік-готелю подано на рис. 2 та в табл. 2.



Рис. 2. Додаткові послуги ресторану butik-готелю

Таблиця 2

**Характеристика інноваційних (ексклюзивних) безкоштовних
і платних послуг ресторану бутік-готелю**

Послуга	Характеристика
<i>Безкоштовні</i>	
<p align="center">Послуга «Безкоштовна вечеря»</p>	<p>Кожного місяця першого числа буде проводитися розіграш безкоштовної вечері в ресторані. А саме шеф-кухар буде діставати з барабана одну кульку з номером. Номери кульок відповідають номерам столів. Той номер, який дістануть з барабана, не оплачуватиме вечерю</p>
<p align="center">Спеціальні пропозиції: «Сирне меню», «Антивікове меню», меню «Для неї та для нього», меню «Комплексні сніданки»</p>	<p>«Сирне меню», яке включає в себе набори сирів: «Сир дня», «Велика сирна тарілка для гурманів – асорті з шести видів сирів», «Мала сирна тарілка – асорті з чотирьох видів сирів», «Сирне фондю».</p> <p>«Антивікове меню» створене з метою уповільнити процес старіння та відновити внутрішній баланс організму. Воно ґрунтується на науковому підході в дієтології і спеціально підібраному поєднанні сезонних продуктів. У меню входять п'ять страв, кожна з яких – і ситна, і корисна.</p> <p>Меню «Для неї та для нього» складається з двох меню, які подаватимуться окремо для жінок і чоловіків. Для жінок у меню буде зазначено назву страви, її вихід та калорійність, а для чоловіків – назву страви, вихід і вартість.</p> <p>Меню «Комплексні сніданки» включає в себе спеціально скомплектовані набори сніданків, такі як: «Французький класичний сніданок», «Сніданок по-прованськи з келихом Sauterne La fleur renaissance», «Сніданок «Café de Flore» – хороша ідея для початку дня»</p>
<i>Платні</i>	
<p align="center">Майстер-клас «Фірмова страва»</p>	<p>Щотижня шеф-кухар ресторану буде проводити майстер-клас із приготування однієї з фірмових страв</p>

Висновки. Необхідність упровадження інновацій у готельно-ресторанному бізнесі стимулює конкурентна боротьба. Важливість розробки інноваційних послуг та їх втілення в діяльність закладів зумовлюється все більш мінливими вимогами споживачів. Упровадження інновацій стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності закладу. Однією з тенденцій розвитку сфери гостинності в місті Харкові є збільшення кількості та будівництво міні-екобутік-готелів із широким асортиментом інноваційних додаткових послуг, що дозволить підвищити конкурентоспроможність закладів та якість обслуговування постояльців/гостей.

Список джерел інформації / References

1. Інноваційні технології в готельному господарстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com/>

“Innovations in the state government” [“Innovaciyni tehnologiy v hotelnomu gospodarstvi”], available at: <http://prohotelia.com/>

2. Бутік-готелі світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-mir.com/>

“Butik-hotel mir”, available at: <http://www.hotel-mir.com/>

3. Основи готельно-ресторанної справи : навч. посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненко, П. О. Подлепіна, О. О. Вишнеvsька; за заг. ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2017. – 288 с.

Danko, N., Parfinenko, A., Podlepina, P., Vishnevskaya, O. (2017), Basis of hotel and restaurant business: textbook [Osnovy hotelno-restorannoy spravy], KNU named after V.N. Karazin, Kharkiv, 288 p.

Малюк Людмила Петрівна, д-р техн. наук, проф., кафедра готельного і ресторанного бізнесу, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. E-mail: hduht_kaf_maluk@ukr.net.

Малюк Людмила Петровна, д-р техн. наук, проф., кафедра гостинничного и ресторанного бизнеса, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, Харьков, Украина, 61051. E-mail: hduht_kaf_maluk@ukr.net.

Maluk Ludmyla, Dr. Sci. (Tech.), Prof., department of Hotel and Restaurant Business, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. E-mail: hduht_kaf_maluk@ukr.net.

Варипасва Людмила Миронівна, доц., кафедра готельного і ресторанного бізнесу, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. E-mail: vlm2012@ukr.net.

Варьпаева Людмила Мироновна, доц., кафедра готельного і ресторанного бізнесу, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адрес: ул. Клочковская, 333, Харьков, Украина, 61051. E-mail: vlm2012@ukr.net.

Varypaeva Lyudmila, Assistant Professor, Department of Hotel and Restaurant Business, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkovsky st., 333, Kharkov, Ukraine, 61051. E-mail: vlm2012@ukr.net.

Терешкін Олег Георгійович, д-р техн. наук, проф., кафедра готельного і ресторанного бізнесу, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. E-mail: tereshkin09@i.ua.

Терешкин Олег Георгиевич, д-р техн. наук, проф., кафедра готельного і ресторанного бізнесу, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адрес: ул. Клочковская, 333, Харьков, Украина, 61051. E-mail: tereshkin09@i.ua.

Tereshkin Oleg, Dr. Sci. (Tech.), Prof., department of Hotel and Restaurant Business, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. E-mail: tereshkin09@i.ua.

Рекомендовано до публікації д-ром техн. наук, проф. В.М. Михайловим.

Отримано 30.09.2017. ХДУХТ, Харків.

DOI: 10.5281/zenodo.1109698

УДК 378.001.11

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

О.В. Жегус

Розглянуто еволюцію концепцій маркетингу у сфері вищої освіти в Україні. За результатами історико-аналітичного аналізу визначено особливості та охарактеризовано етапи розвитку вищої освіти в Україні й відповідні концепції маркетингу на кожному з них. Установлено різноманітність поглядів на формування сучасної концепції маркетингу у сфері вищої освіти й виділено концепцію холістичного маркетингу як пріоритетну.

© Жегус О.В., 2017