Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0220U101842

Державний реєстраційний номер: 0119U103036

Відкрита

Дата реєстрації: 26-02-2020

1. Етапи виконання

Номер етапу: 2

Назва етапу: Аналітико-синтетичний етап. Розроблення маркетингової стратегії санаторію "Авангард"

Початок етапу: 09-2019

Закінчення етапу: 12-2019

Вид звітного документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Київський національний торговельно-економічний університет

Код ЄДРПОУ/ІПН: 01566117

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: вул. Кіото, 19, м. Київ, Київська обл., 02156, Україна

Телефон: 0445314741

E-mail: knteu@knteu.kiev.ua

WWW: https://www.knteu.kiev.ua/

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Дочірнє підприємство "Клінічний санаторій "Авангард" Приватного акціонерного товариства лікувально-оздоровчих закладів профспілок України "Укрпрофоздоровниця"

Код ЄДРПОУ/ІПН: 04818298

Адреса: вул. Шевченка,16, м. Немирів, Немирівський р-н., Вінницька обл., 22800, Україна

Підпорядкованість:

Телефон: 380433121717

Телефон: 380433121713

E-mail: avangard_nemirov@ukr.net

4. Джерела та напрями фінансування

Підстава для проведення робіт: 52 - договір з вітчизняною організацією (органами місцевої ради, фондом, асоціацією, концерном тощо)

КПКВК:

Напрям фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

Джерело фінансування: 7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 50 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Маркетингова стратегія санаторію "Авангард"

Назва роботи (англ)

Marketing Strategy of Sanatorium of Avangard

Реферат (укр)

Реферат українською» Розроблено комплекс маркетингових заходів Державного підприємства «Клінічний санаторій «Авангард»», орієнтованих на забезпечення конкурентоспроможності підприємства на національному ринку санаторно-курортних послуг. Здійснено статистичний аналіз ринку санаторно-курортних послуг України з акцентом на споживчій поведінці; проведено опитування потенційних і реальних споживачів послуг санаторію з метою визначення джерел інформації, критеріїв вибору закладів і ступеня задоволеності отриманими послугами; здійснено моніторинг конкурентоспроможності санаторію «Авангард»; проведено оцінку поточної маркетингової політики закладу, розроблено комплекс заходів щодо вдосконалення продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політики. Узагальнюючим результатом дослідження стало створення інформаційного забезпечення процесу розроблення маркетингової стратегії ДП «Клінічний санаторій «Авангард»».

Реферат (англ)

The complex of marketing measures of the State Enterprise "Clinical Sanatorium" Avangard "has been developed with focusing on ensuring the competitiveness of the enterprise in the national market of resort services. The statistical analysis of the Ukrainian resort services market with the emphasis on consumer behavior is carried out; a survey of potential and actual consumers of sanatorium services for identifying the sources of information, criteria for the customer choice and the degree of satisfaction with the received services are conducted; the competitiveness of the sanatorium “Avangard” was monitored; the current marketing policy of the company is assessed, a set of measures to improve the product, price, marketing and communication policy is developed. The general result of the study was the information support development for the Clinical sanatorium" Avangard "marketing strategy.

Індекс УДК: 681.5.009(100); 004.009(100), 373.61; 339.138; 658.8

Коди тематичних рубрик НТІ: 50.01.14, 06.81.03

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Маркетингова стратегія санаторію «Авангард»

Назва продукції (англ): Marketing strategy of sanatorium «Avangard»

Очікувані результати: Проект маркетингової стратегії санаторію "Авангард", Аналітичні матеріали

Галузь застосування: Господарська діяльність підприємства санаторно-курортного типу

Опис продукції (укр): Опрацювання статистичної та фактологічної інформації дозволив розробити низку пропозицій: 1. Ребрендінг санаторію «Авангард» в контексті трансформації соціально-політичної системи України. 2. Розроблення реабілітаційних програм та впровадження спеціального структурного підрозділу «Реабілітаційний центр» санаторію. 3. Посилення позицій на ринку комерційного санаторно-курортного лікування і оздоровлення, що передбачає значне підвищення рівня курортного сервісу, покращення якості санаторно-курортних і оздоровчих послуг, наближення рівня обслуговування в санаторії до стандартів готельного і курортного сервісу європейських та провідних вітчизнах курортних

закладів і, як наслідок, зміни цінової політики санаторію у перспективі. 4. Розроблення і реалізація санаторієм стратегії інтегрованих маркетингових комунікацій та стратегії просування санаторно-курортного продукту на основі реалізації концепції маркетингу взаємодії (маркетингу співпраці, концепції CRM- та PRM).

Соціально-економічна спрямованість НТП: Збільшення обсягів виробництва, Підвищення продуктивності праці, Поліпшення якості життя та здоров'я населення, ефективності діагностики та лікування хворих, Забезпечення промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Не впроваджено

Строки впровадження: 07.201901.2020

Виробник продукції: КНТЕУ

Споживачі продукції: Державне підприємство «Клінічний санаторій «Авангард»»., Санаторно-курортні й оздоровчі заклади України

Перспективні ринки: Ринок санаторно-курортних і оздоровчих послуг України

Права інтелектуальної власності: За договорами

Форми та умови передачі продукції: Навчання персоналу, Спільні НДДКР

7. Бібліографічний опис

1. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm

2. Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми «Здоров'я 2020: український вимір» // Розпорядження Кабінету Міністрів України від 31 жовтня 2011 р. № 1164-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/244717787

3. Тривалість життя українців все ще найнижча в Європі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/a/29256907.html

4. Барчуков Н. С. Санаторно-курортна справа: Навчальний посібник / Н. С. Барчуков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.

5. Боков М. А. Менеджмент в санаторно-курортних організаціях: в 3-х т. / М. А. Боков, А. М. Ветитнев, В. П. Попков, Е. Є. Угрюмов, В. И. Шаповалов. – СПб.: Видавництво СПБГУЭФ, 2001. – 320 с.

6. Ветітнев А. М. Курортна справа : Навчальний посібник / А. М. Ветітнев, Л. Б. Журавлева. – М.: КНОРУС, 2006. – 528 с.

7. Дехтяр В. Д. Основи спортивно-оздоровчого туризму / В. Д. Дехтяр. – Київ: Науковий світ, 2002. – 202 с.

8. Жданова О. М. Організація та методика оздоровчої фізичної культури і рекреаційного туризму: Навч. посібник / О. М. Жданова, А. М. Тучак, В. І. Поляковський, І. В. Котова. – Луцьк: РВВ «Вежа», 2000. – 248 с.

9. Кусков А. С. Курортологія та оздоровчий туризм: Навчальний посібник / А. С. Кусков, О. В. Листикова. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 320 с.

10. Мальська М. П. Лікувально-оздоровчий туризм // Мальська М. П., Рутинський М. Й., Паньків Н. М. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: монографія / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2008. – С. 191-210.

11. Матрошилін О. Г. Загальна фізіотерапія і курортологія: Навч. посібник / О. Г. Матрошилін, О. Р. Зав'ялова, Ю. Я. Рогаля. – Дрогобич: РВВ ДДПУ ім. І. Франка, 2006. – 297 с.

12. Одрехівський М. В. Маркетингово-орієнтоване управління рекреаційними інноваційними підприємствами: монографія / М. В. Одрехівський. – Дрогобич: РВ ДДПУ, 2009. – 488 с.

13. Рутинський М. Класифікація та типологія курортів / М. Рутинський // Вісник Львівського ун-ту. Серія географічна. – 2007. – Вип. 34. – С. 236-246.

14. Рутинський М. Й. Ключеві принципи сталого розвитку курортно-рекреаційної сфери західного регіону України // Стале природокористування: підходи, проблеми, перспектива. Матеріали III міжнар. наук. конф. (28-29 травня, 2010 р.) / М. Й. Рутинський. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2010. – С. 137-138.

15. Butler R. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. The Canadian Geographer, 1980, vol. 24, iss. 1, pp. 5–12.

16. Christaller W. Some Considerations of Tourism Location in Europe. Papers and Proceedings of the Regional Science Association, 1963, vol. 12, no. 1, pp. 95–105.

17. Hjalager A.M. Innovation Patterns in Sustainable Tourism. Tourism Management, 1997, vol. 18, no. 1, pp. 35–42.

18. Leiper N. The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. Annals of Tourism Research, 1979, vol. 6(4), pp. 390–407.

19. Borden N.H. The Concept of the Marketing Mix. In: Science in Marketing. Ed. by G. Schwartz. N.Y., John Wiley & Sons, 1965, pp. 386–397.

20. Офіційний сайт ПАТ «Угорський туризм». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: http://www.gotohungary.com

21. Медичний туризм. Куди поїхати лікуватися? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.obozrevatel.com/health/medical_tourism/ meditsinskij-turizm-kuda-poehat-lechitsya.htm.

22. Fall on Steve Budapest: Steaming Special Section on Thermal Baths. – Lonely Planet, 2003. – p.74-130.

23. Ведмідь Н. І. Санаторно-курортний комплекс: сервісне управління: монографія / Н. І. Ведмідь. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 536 с.

24. Munro, J. How Big is the Medical Tourism Industry? / Munro, J. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.mtqua.org

25. Smith M. Health, Tourism and Hospitality. Spas, Wellness and Medical Travel / Smith M., Puczko L. – Routledge, London and New York, 2016. – 315 p.

26. Woodman, W. Medical Tourism Statistics & Facts, 2016 / Woodman, W. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.patientsbeyondborders.com

27. Global wellness industry is a $3.7 trillion market. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/

28. Alumni Reception 2016 Global health care outlook. Battling costs while improving care. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Life-Sciences-HealthCare/gx-lshc-2016-health-care-outlook.pdf

29. Інтернет-проект «Санаторії та курорти України». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sanikur.com.ua

30. Чернова Г.В. Сільський зелений туризм на Вінниччині / Г.В. Чернова // Науково-теоретичний збірник «Гуманітарний вісник» Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету ім. Г. Сковороди, матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми розвитку спортивно-оздоровчого туризму і краєзнавства в закладах освіти». – Переяслав-Хмельницький, 2004. – С. 458–462.

31. Чернова Г.В. Особливості функціонально-територіальної структури територіально-рекреаційного комплексу Вінницької області / Г.В. Чернова // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Географія. – Вінниця, 2006. – Вип. 12. – С. 209– 216.

32. Чернова Г.В. Перспективи розвитку екологічного туризму регіону (на прикладі Вінницької області) / Г.В. Чернова // Екологія і раціональне природокористування: Зб. наук. праць Сумського державного педагогічного університету ім. А.С. Макаренка. – 2006. – С. 202-207.

33. Шаптала О. Рекреація і туризм: взаємозв'язки, відносини і проблеми / Шаптала О. // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. – 2009. – №3. – С. 63.

34. Чернишенко А. Формування стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні: Круглий стіл / А. Чернишенко // Новости турбизнеса. – 2007. – № 12. – С. 20.

35. Aaker, D. A. (1982). Positioning your product. / D. A. Aaker, J.G. Shansby Business Horizons, 25(3), pp. 56-62.

36. Kavaratzis M. City Branding: an Effective Assertion of Identity or a Transitory Marketing Trick? / M. Kavaratzis, G. Ashworth // Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie. – 2005. – Vol. 96. – № 5.

37. Kotler, P. (2000). Marketing management: Millennium edition (10thed.). / P. Kotler Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall

38. Kotler, P. (2001). Country as brand, product and beyond: A place marketing and brand management perspective. / P. Kotler, D. Gertner Brand Management, 9 (4-5). – pp. 249-261.

39. Porter E. M. Competitive strategy: Ananalysis of industries and competitors / M. E. Porter; - Alpina Business Busks, 2005. – 54 p.

40. Seddighi H.R. A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis / H.R. Seddighi, A.L. Theocharous. – Elsevier publishing. – 2015. – p. 475-487

41. Zenker S. The placebrand centre – a conceptual approach for the brand management of places / S. Zenker, E. Braun // 39th European Marketing Academy Conference. – Copenhagen, 2010. – 130 p.

42. Волинська обласна рада. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.volynrada.gov.ua

43. Гаврилюк А.М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореферат дис. на здобуття ступеня д.е.н.: 25.00.02 / А.М. Гаврилюк. – К.: Національна академія державного управління при Президентові України, 2011. – 20 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://academy.gov.ua/

44. Дослідження сприйняття України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://brandukraine.org/k/.

45. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO- ElibraryWorldTourismOrganization). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.e-unwto.org

46. Щорічне дослідження конкурентоспроможності регіонів України (2008-2012). – Фонд «Ефективне управління». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.feg.org.ua/cms/projects/studying_Ukraine_competitiveness.html

47. The Travel & Camp; Tourism Competitiveness Report (2007-2013). – World Economic Forum. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.weforum.org/ttcr

48. Dimitrios Buhalis. Strategic Use of Information Technologies intheTourismIndustry. – [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://www.researchgate.net

49. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.

50. Офіційний сайт санаторію «Авангард». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sanatoriy-avangard.com

51. Курорт Reikartz Аквадар. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://aquadar.reikartz.com

Курорт VitaPark Сонячний Прованс. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://reikartz.com/ru/hotels/sunny-provans

53. Табір сучасний дітей ELECTeens. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://electeens.com/

54. Wellness Summit, Global Spa & and International, SRI, «The Global Wellness Tourism Economy» (2016). Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scholarworks.umass.edu/ttra/ 2016marketing/ White _Papers/15

55. Траскевич А. Г. Концептуальные инновации в санаторно-курортном сегменте туристического рынка Беларуси / А.Г. Траскевич // Новая экономика. – 2010. – № 1. – С. 146–153.

56. Kotler, P. Marketing communication strategies / P. Kotler, J.T Bowen, J.C. Makens, S. Baloglu // Marketing for Hospitality and Tourism. 7th edition. Pearson: England, 2017, p. 668.

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 179

Мова звіту: Українська

Умови поширення в Україні: Не заборонено

Умови передачі іншим країнам: Не заборонено

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Білик Владислав Васильович (к. е. н., доц.)

Ведмідь Надія Іванівна (д. е. н., професор)

Гладкий Олександр Віталійович (д.геогр.н., професор)

Забалдіна Юлія Борисівна (к. е. н., доц.)

Мельниченко Світлана Володимирівна (д. е. н., професор)

Романчук Людмила Дмитрівна

Керівник організації:

Цвень Петро Васильович

Керівники роботи:

Ткаченко Тетяна Іванівна (д. е. н., професор)

Керівник відділу реєстрації наукової діяльності УкрІНТЕІ

Юрченко Т.А.