

Іванова В.Б., Черкашин О.Ю.

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЗАПИТІВ ТА ВИМОГ ПОТЕНЦІЙНИХ СПОЖИВАЧІВ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ХМАРНИХ СЕРВІСІВ

‡ **Вихідні дані.** На сьогоднішній день маркетингова концепція управління поведінкою абітурієнтів – це одна зі складових стратегічної концепції управління навчальним закладом, тому що ринок освіти розвивається, посилюється конкуренція між вузами і зростають вимоги з боку абітурієнтів. І маркетингові фахівці повинні знати, як потенційний абітурієнт приходить до вирішення вибору освітнього закладу, аналіз якої інформації він при цьому здійснює, які параметри впливають на його рішення. Дані питання як ніколи на сьогодні є актуальними для проведення профорієнтаційної роботи. Законодавчо закріплені правові, організаційні та фінансові основи функціонування системи вищої освіти спрямовані, з одного боку, на розширення автономії вищих навчальних закладів, а з іншого - на підвищення якості освітніх послуг. Принципово нові можливості у масштабах та глибині дослідження з'являються із впровадженням хмарних технологій і для маркетингу у соціально-економічній сфері.

‡ **Постановка завдання.** Розробити та описати систему маркетингових досліджень запитів та вимог потенційних споживачів освітніх послуг із використанням хмарних сервісів.

‡ **Результати.** Система маркетингових досліджень запитів та вимог потенційних споживачів освітніх послуг розроблена за допомогою сервісу SitesGoogle та має такі форми: *Головна сторінка*, що містить повну інформацію щодо роботи із системою та посилання на анкетну форму «*Анкета абітурієнта*», форму «*Реєстрація у базі даних УІПА*» (розроблені за допомогою сервісу Google Форми). А також необхідні посилання на сайт УІПА, сайт факультету КІТВО, сайт кафедри ІКТіМ та на сторінки «*Дні відкритих дверей*», «*Правила прийому*», «*Новини абітурієнта*»; *Сторінка «Перші результати»*, де описані перші результати проведення маркетингових досліджень; *Таблиці із результатами анкетування та обробкою результатів* (представлені у вигляді Google Таблиці).

Висновки. В представленій роботі уперше запропоновано використовувати системний підхід у розробці системи маркетингових досліджень запитів та вимог потенційних споживачів освітніх послуг із використанням хмарних сервісів, який полягає у об'єднанні хмарних сервісів пошукової системи Google. Перевагою використання розробленої системи є те, що за її допомогою можна легко здійснювати маркетинг запитів та вимог потенційних споживачів освітніх послуг та адаптуватися до цих запитів. Такі дослідження дозволяють здійснювати аналіз затребуваності тієї чи іншої спеціальності, а також підвищують якість проведення профорієнтаційної роботи.