

**УКООПСПЛКА
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ**

БУКАЛО НАДІЯ АРТЕМІВНА

УДК 378.018

**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ У
ПОСЛУГАХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(економіка торгівлі та послуг)

**Автореферат
дисертації на здобуття наукового
ступеня кандидата економічних наук**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі менеджменту і маркетингу Луцького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент
Войтович Сергій Ярославович
доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Луцького національного технічного
університету

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор,
заслужений працівник освіти України,
Грищенко Іван Михайлович
Інститут вищої освіти Академії педагогічних
наук України,
заступник директора з науково-інноваційної
роботи

кандидат економічних наук, доцент
Лялюк Алла Миколаївна
Волинський національний університет імені Лесі
Українки,
доцент кафедри економіки і підприємництва та
інноваційної діяльності

Захист дисертації відбудеться “12” травня 2010 р. о 14.30 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради К.35.840.01 у Львівській комерційній академії Укоопспілки за адресою: 79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10, ауд. 205.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Львівської комерційної академії за адресою: 79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10, ауд.112.

Автореферат розісланий “6” квітня 2010 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

В. І. Блонська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. У розвитку системи вищої школи України нині існує достатньо суперечностей та невизначеностей. Надання послуг ВНЗ супроводжують постійні зміни векторів, динамічне зростання цін на послуги державних і приватних ВНЗ, скорочення державного замовлення, вимоги Болонського процесу, що має безпосередній та стійкий вплив на формування системи задоволення потреб споживачів у таких послугах. Тому потрібні теоретичне підґрунтя, дієвий прикладний інструментарій та обґрунтовані заходи щодо формування і реалізації управлінських дій, які спрямовані на розвиток ВНЗ. Пріоритетом розвитку ВНЗ повинне стати максимальне задоволення потреб споживачів в освітніх послугах.

Освітні заклади постійно удосконалюють управлінську діяльність та підвищують ефективність власного функціонування на ринку, однак відсутність орієнтованих на сферу вищої освіти науково-методичних розробок щодо максимального задоволення потреб споживачів освітніх послуг приводить до епізодичного використання окремих елементів досліджень науковців, що не дає відчутних результатів.

Вивченню проблем розвитку ринку освітніх послуг та діяльності ВНЗ присвячені роботи Б. Дейвіса, С. І. Добриднева, В. Н. Зотова, Л. Елісона, С. М. Ілляшенка, Д. Макдугалла, Д. Маккорта, А. П. Панкрухіна, В. С. Сотнікова, Д. А. Штефанича, В. П. Щетиніна та ін. Маркетингу освітніх послуг присвячені наукові праці В. Афанасьєва, Н. І. Верхоглядової, С. Я. Войтовича, І. М. Грищенко, А. Г. Кармаєва, Н. В. Карпенко, О. А. Кратта, Н. О. Криковцевої, Л. Г. Ліпич, А. М. Лялюк, Н. П. Литвинової, Т. Є. Оболенської, Л. О. Омелянович, М. І. Потєєва, І. Л. Решетнікової, Т. Б. Решетілової, О. В. Сагінової, Н. І. Чухрай, О. О. Шубіна. Однак не повною мірою досліджене теоретико-методологічне та практичне підґрунтя процесу задоволення потреб споживачів освітніх послуг, зокрема, система задоволення потреб споживачів освітніх послуг, формування образів споживачів таких послуг на засадах дослідження їх поведінки у процесі споживання, обґрунтування та реалізація заходів управлінського характеру щодо підвищення ефективності функціонування ВНЗ на засадах задоволення потреб споживачів освітніх послуг, що обумовило актуальність та вибір теми дисертаційної роботи, окреслило мету та завдання дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Обраний напрям дослідження відповідає тематиці науково-дослідної роботи Луцького національного технічного університету “Розробка методології обліково-методичного забезпечення системи управління підприємством” (номер державної реєстрації 0108U001089). Особисто автором підготовлено розділ “Удосконалення діяльності ВНЗ на засадах задоволення потреб споживачів в освітніх послугах”.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методологічних положень системи задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ.

Для реалізації цієї мети в роботі вирішено такі завдання:

- встановити особливості формування та розкрити сутність потреб споживачів у послугах вищої освіти;
- розробити модель формалізації процесу задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ;
- обґрунтувати та згрупувати фактори формування та задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ;
- провести аналіз та виявити особливості реалізації товарної політики ВНЗ Волинської області;
- розкрити зміст та здійснити оцінку результативності управлінських дій ВНЗ щодо впливу на процес задоволення потреб споживачів в освітніх послугах;
- здійснити прогнозне оцінювання обсягів послуг вищої освіти у Волинській області та факторів впливу на них;
- сформулювати стійкі образи споживачів послуг ВНЗ із застосуванням кластерного аналізу;
- розробити систему заходів щодо удосконалення діяльності ВНЗ в розрізі етапів процесу задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти та виокремлених кластерів таких споживачів.

Об'єктом дослідження є процес формування системи задоволення потреб споживачів у послугах вищих навчальних закладів.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та прикладні засади формування системи задоволення потреб споживачів у послугах вищих навчальних закладів освіти.

Методи дослідження. Вирішення поставлених у дисертаційній роботі завдань здійснено із використанням таких загальнонаукових прийомів і методів дослідження: логічного узагальнення, аналізу та порівняння – для визначення сутності понять “потреба” та “потреба у послугах вищої освіти” (розділ 1, п. 1.1); діалектичного методу пізнання економічних явищ – для розробки процесу задоволення потреб споживачів в освітніх послугах ВНЗ (розділ 1, п. 1.2); методу системно-структурного аналізу – для обґрунтування та класифікації факторів формування і задоволення потреб споживачів в освітніх послугах; економіко-статистичного аналізу та методу динамічних рядів – при дослідженні динаміки надання освітніх послуг споживачам (розділ 2, п. 2.1); соціологічні методи та маркетингового дослідження у формі анкетного опитування – з метою визначення ідентифікаційних характеристик споживачів освітніх послуг, поведінки споживачів освітніх послуг, дослідження структурних особливостей якості надання освітніх послуг вищими навчальними закладами), (розділ 2, п. 2.2 та п. 2.3; розділ 3, п. 3.2); моделювання та кореляційно-регресійного аналізу – для побудови економетричних моделей та прогнозування величини потреб споживачів у послугах вищої освіти (розділ 3, п. 3.1); кластерного аналізу – для формування образів споживачів освітніх послуг ВНЗ (розділ 3, п. 3.2); системного підходу – для розробки системи заходів щодо удосконалення діяльності ВНЗ на засадах задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ (розділ 3, п. 3.3).

Емпіричною та фактологічною основами дослідження є положення сучасної економічної теорії, праці вітчизняних та зарубіжних вчених із проблем управління ВНЗ та маркетингу освітніх послуг.

Інформаційною та правовою базою дослідження стали Закони України, Постанови Кабінету Міністрів України, нормативно-правові акти Міністерства освіти і науки України, статистичні дані Держкомстату України та її регіональних органів, аналітичні огляди, науково-методичні публікації, результати власних досліджень.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у подальшому розвитку теоретико-методологічних основ і практичних аспектів системи задоволення потреб споживачів освітніх послуг ВНЗ. У процесі дослідження одержано такі найбільш суттєві наукові результати, які розкривають особистий внесок автора у розробку поставленої проблеми та характеризують новизну роботи:

вперше:

- обґрунтовано систему методологічних положень управління процесом задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ на основі застосування диференційованих цілеспрямованих управлінських дій для кожного етапу змодельованого процесу задоволення цих потреб та виокремлених кластерів споживачів;

удосконалено:

- модель процесу задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ, яка, на відміну від відомих, містить послідовні взаємопов'язані етапи: усвідомлення потреби, збору інформації, незалежного зовнішнього оцінювання, оцінки та вибору альтернатив, купівлі та отримання послуги, оцінки рівня задоволення потреби, споживання результатів послуги, а також систему згрупованих чинників впливу та управлінських дій ВНЗ;

- засоби діагностики результатів реалізації товарної політики ВНЗ в ринкових умовах, які, на противагу існуючим, містять необхідний інструментарій стосовно аналізування її елементів та дозволяють оцінити рівень надання та структуру основної, додаткових та супутніх послуг вищої освіти у процесі задоволення потреб споживачів;

- спосіб розрахунку очікуваних значень величини потреб споживачів у послугах вищої освіти, який дає змогу ВНЗ використовувати результати такого прогнозування з метою прийняття управлінських рішень щодо диференційованого впливу на процес задоволення потреб виокремлених кластерів споживачів таких послуг;

дістали подальший розвиток:

- термінологічно-понятійний апарат процесу задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти, зокрема обґрунтовано сутність поняття “потреба у послугах вищої освіти”, під якою розуміють прагнення людини до самореалізації, самовдосконалення через набуття знань, умінь, навичок для подальшого їх використання в професійній діяльності, що дозволило сформулювати етапи процесу задоволення потреб таких споживачів;

- класифікація чинників впливу на процес задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти, яка дозволяє виокремити і дати

характеристику чинникам: визначальним; доповнюючим; особистісним; обмежуючим або стимулюючим; таким, що характеризують процес надання послуги та застосовуються для прогнозування величини і структури таких потреб;

- методичний інструментарій аналізування результативності управлінських дій ВНЗ щодо впливу на процес задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти, відмінність якого полягає у застосуванні методів управлінського аналізу з метою оцінювання таких видів діяльності, як процесу організації надання освітніх послуг, діяльності із набору абітурієнтів, маркетингової діяльності (зокрема, товарної, цінової та політики просування послуг), діяльності щодо забезпечення якості процесу надання освітніх послуг, процесу та результатів застосування інструментарію фінансового менеджменту і стратегічного планування, а також рівня надання таких послуг.

Практичне значення одержаних результатів. Практична цінність результатів дослідження полягає у доведенні теоретичних та методичних положень до рівня конкретних рекомендацій. Це дозволяє керівництву ВНЗ прогнозувати величину потреб споживачів, диференційовано та цілеспрямовано запроваджувати на цій основі організаційні, економічні, інноваційні та заходи диверсифікації надання додаткових і сервісних послуг в освіті, що дозволить підвищити ефективність функціонування ВНЗ.

Наукові розробки автора використані головним управлінням освіти Волинської обласної державної адміністрації при розробці регіональних програм розвитку освітніх послуг. Здобувачем конкретно розроблені „Заходи щодо удосконалення діяльності ВНЗ” (акт впровадження № 7/02-11 від 11.01.10). Окремі з них впроваджені у ЛНТУ (довідка № 19-20-30 від 11.01.10), ВІЕМ „Управління розвитком ВНЗ на засадах задоволення потреб споживачів в освітніх послугах” (довідка № 836 від 29.12.09). Результати досліджень використано в навчальному процесі ВІЕМ при викладанні дисципліни: „Маркетинг послуг” (довідка № 810 від 23.12.09).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є одноосібно виконаною науковою працею, в якій викладено авторський підхід до розв’язання проблеми задоволення потреб споживачів в освітніх послугах. Всі представлені в роботі результати одержані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, в дисертації використано лише ті ідеї та положення, які є особистим внеском здобувача.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і результати дисертаційної роботи були апробовані на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: I Міжнародній науково-практичній конференції “Актуальні проблеми регіонального розвитку в контексті європейської інтеграції” (м. Луцьк, 2005 р.), Третій регіональній науково-практичній конференції “Стратегічна реструктуризація регіональної економіки та соціальної сфери (в контексті вступу України до СОТ)” (м. Вінниця, 2006 р.), II Всеукраїнській науково-практичній конференції “Соціально-економічні проблеми реформування Українського суспільства” (м. Житомир, 2006 р.), Сьомій міжнародній науковій конференції студентів і молодих учених

“Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання” (м. Донецьк, 2006 р.), II Міжнародній науково-практичній конференції “Актуальні проблеми регіонального розвитку в контексті європейської інтеграції” (м. Луцьк, 2006 р.), Міжнародній науково-практичній конференції “Перспективи та пріоритети розвитку економіки України” (м. Луцьк, 2006 р.), Міжнародній науково-практичній конференції “Відтворення господарського комплексу регіону: методологія, механізми, інструментарій” (м. Чернівці, 2007 р.), Всеукраїнській конференції молодих учених і студентів “Інноваційні процеси економічного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід” (м. Тернопіль, 2007 р.), Міжнародній науково-практичній конференції “Перспективи та пріоритети розвитку економіки України та її регіонів” (м. Луцьк, 2008 р.), I Всеукраїнській науково-практичній конференції “Моделювання сучасних економічних процесів та інформаційні технології” (м. Дніпропетровськ, 2009 р.), III Міжнародній науково-практичній конференції “Актуальні проблеми регіонального розвитку в контексті європейської інтеграції” (м. Луцьк, 2009 р.), XIV Міжнародній науково-практичній конференції “Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика” (м. Луцьк, 2009 р.).

Наукові публікації. Основні положення і наукові результати дослідження опубліковано у 23 наукових працях загальним обсягом 8,72 д.а. (3 з них – у співавторстві), з яких у фахових наукових виданнях – 12 статей загальним обсягом 6,9 д.а.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, 12 додатків на 31 сторінці, списку використаних джерел із 188 найменувань на 18 сторінках. Повний обсяг дисертації становить 228 сторінок, з яких 163 сторінки основного тексту, що містить 36 таблиць та 20 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету та завдання дослідження, визначено об’єкт і предмет, відображено наукову новизну та практичну значущість одержаних результатів і розроблених рекомендацій.

У першому розділі – “Теоретичні та методологічні основи формування системи задоволення потреб споживачів у освітніх послугах ВНЗ” – розкрито сутність потреб споживачів у послугах вищої освіти; подана характеристика освітніх послуг, змодельовано процес задоволення потреб кінцевих споживачів освітніх послуг ВНЗ; обґрунтовано фактори формування та задоволення потреб споживачів в освітніх послугах.

Проведені теоретичні дослідження дозволили трактувати категорію “потреба” як ставлення людей до умов їх життєдіяльності, викликане нестачею в чомусь, внутрішнім незадоволеним бажанням в необхідному. Потреба не є постійною й існує до виникнення попиту. Характер, структура і способи

задоволення потреб залежать від досягнутого рівня продуктивних сил, міри розвитку культури і науки, соціально-економічного устрою.

Досліджено, що потреби споживачів не обмежені лише матеріальною складовою, зокрема, бажанням людини підвищувати свій культурний, соціальний, загальноосвітній рівень, але і духовною, яку можна частково застосувати, отримуючи освітні послуги, оскільки освіта вважається основою духовного, економічного, культурного розвитку суспільства і держави.

Потреба у послугах вищої освіти виражається через прагнення людини до самореалізації, самовдосконалення завдяки набутим знанням, умінням, навичками для подальшого їх використання у професійній діяльності. Задоволення освітніх потреб забезпечує набуття та збереження кваліфікації, професійне або соціальне зростання індивіда протягом всього життя.

Виокремивши та доповнивши існуючі класифікації потреб в освітніх послугах, наведено таку класифікацію потреб: в дошкільній освіті, в загальній середній освіті, в позашкільній освіті, в професійно-технічній освіті, у вищій освіті, в додаткових освітніх послугах, у супутніх освітніх послугах. Проведене теоретичне узагальнення дало змогу розширити класифікацію потреб в освітніх послугах ВНЗ потребами в додаткових та супутніх освітніх послугах як таких, що супроводжують і доповнюють задоволення основної потреби в освітній послугі.

На основі критичного аналізу різних підходів щодо визначення поняття “освітня послуга” запропоновано таке його трактування: освітні послуги ВНЗ – це сукупність послуг навчальної та наукової діяльності, що задовольняє потребу суб’єкта в освіті, і в процесі навчання трансформується спочатку в певну суму знань, вмінь, навичок, а в подальшому процесі споживання перетворюється у нові властивості в якості іншого товару – трудових ресурсів. Освітні послуги володіють усіма властивостями, що притаманні послугам як таким, проте мають свої характерні особливості, які безпосередньо визначають процес формування комплексу освітніх послуг ВНЗ. Суб’єктами, що формують пропозицію, виробництво, продаж та реалізацію послуг вищої освіти, виступають ВНЗ.

До особливих характеристик послуг вищої освіти відносимо: освітні послуги знаходяться під пильною увагою суспільства; права володіння на освітні послуги не передаються; пропонуються та надаються потенційному споживачеві; рівень задоволення освітніх послуг залежить як від виконавця, так і від споживача; висока споживча цінність; оцінка якості результату навчання відбувається із значним суб’єктивізмом; послідовний характер для ступеневого навчання; задоволення потреби в освітніх послугах супроводжується ризиками процесу споживання; неможливість перепродажу освітньої послуги та її результатів; не піддаються безпосередньому грошовому вимірюванню; тривалий час надання; неоднозначний рівень результатів трудових витрат; результати споживання освітніх послуг в подальшому потребують супроводу чи оновлення; конкурсний характер задоволення послуги; споживачами освітніх послуг є зазвичай люди молодого віку тощо. З’ясовано, що загальні характеристики освітніх послуг частково не відповідають загальноновизнаним та

встановленим ознакам, чим відрізняються від інших послуг. Освітні послуги можуть бути відокремлені від джерела, їх можна частково зберегти у вигляді електронних і матеріальних носіїв, вони можуть бути постійні за якістю тоді, коли мова йде не про конкретного викладача, а про загальний рівень викладання, імідж, конкурентоспроможність та авторитет ВНЗ.

Згідно проведеної нами класифікації, освітні послуги поділяють на дошкільну підготовку, загальноосвітню підготовку, професійну підготовку, вузівську підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації, післявузівське навчання, додаткові та сервісні освітні послуги.

Теоретичний розгляд досліджуваної проблеми із використанням діалектичного методу пізнання економічних явищ дав змогу змодельовати процес задоволення потреб споживачів в освітніх послугах й виокремити послідовність етапів його реалізації: усвідомлення споживачем потреби в одержанні освітніх послуг; збір інформації про освітні послуги; зовнішнє незалежне оцінювання; оцінка та вибір альтернативи одержання освітніх послуг; купівля (оплата) послуги; надання (знання) освітніх послуг; оцінка ступеня задоволення потреби в освітніх послугах; споживання результатів освітніх послуг та впливу чинників й управлінських дій на цей процес. Використання такої моделі дає можливість краще зрозуміти поведінку споживачів освітніх послуг, впливати на їх рішення при виборі ВНЗ за допомогою управлінських дій, залучити більшу кількість споживачів послуг вищої освіти й найефективніше задовольнити їх потреби.

Обґрунтована нами класифікація факторів впливу на процес формування та задоволення потреб в освітніх послугах ВНЗ передбачає їх поділ на: обмежувальні або стимулюючі фактори, (конкурс на спеціальності, рівень доходів споживачів освітніх послуг, перелік спеціальностей у ВНЗ, ціну на освітні послуги, незалежне зовнішнє оцінювання, величину державного замовлення); визначальні фактори (демографічні чинники, форма власності ВНЗ, форма навчання, ліцензований обсяг набору, рівень акредитації ВНЗ, кількість акредитованих спеціальностей, престижність спеціальностей, рівень розвитку регіону, зв'язки ВНЗ із споживачами ринку праці та місцевими органами влади); фактори, що характеризують процес надання освітніх послуг (технології навчання, рівень професорсько-викладацького складу, якість надання освітніх послуг, рівень матеріально-технічної бази ВНЗ); доповнюючі фактори (законодавче врегулювання діяльності ВНЗ, маркетингові, нормативні чинники, внутрішня система контролю якості надання освітніх послуг, міжнародна співпраця із зарубіжними ВНЗ, зручний графік навчання, вплив батьків та платників освітніх послуг, формування потреби під тиском суспільної думки, впровадження інновацій у навчальний процес); особистісні фактори (здібності споживача освітніх послуг, бажання самореалізації). Систематизація факторів впливу на формування потреб у послугах вищої освіти дасть можливість розробки ВНЗ нових механізмів подальшого розвитку навчального закладу, є підґрунтям підвищення його конкурентних переваг перед іншими учасниками ринку й більш повного використання маркетингових інструментів для залучення студентів до ВНЗ.

У другому розділі – “Аналіз стану задоволення потреб споживачів у послугах вищих навчальних закладів” – здійснено оцінку рівня надання освітніх послуг населенню України, проведено аналіз задоволення потреб споживачів послуг вищої освіти та реалізації товарної політики ВНЗ у Волинській області; досліджено вплив управлінських дій ВНЗ на процес задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти.

Дослідження рівня задоволення послуг населення України, обсягів та структури послуг за видами економічної діяльності дозволяє стверджувати, що ринкові відносини, зростання сектору послуг у національній економіці, ріст дрібних приватних підприємств зумовили потребу у висококваліфікованих спеціалістах, що призвело до збільшення потреб споживачів у послугах ВНЗ.

В Україні нині діє 881 вищий навчальний заклад усіх рівнів акредитації та форм власності. Серед них 353 вищих навчальних заклади III-IV рівнів акредитації з чисельністю 2364,5 тис. осіб й 528 – I-II рівнів акредитації з чисельністю 399,3 тис. осіб. Порівняно з 1999 роком спостерігається тенденція до зменшення кількості навчальних закладів I-II рівнів акредитації на 30%, проте кількість ВНЗ III-IV рівнів акредитації збільшилась на 28%. Зростання мережі вищих навчальних закладів України відбулося в основному за рахунок створення вищих навчальних закладів недержавної форми власності.

Структура ВНЗ I-IV рівнів акредитації й аналіз стану задоволення потреб споживачів освітніх послуг представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Показники стану задоволення потреб споживачів освітніх послуг
Волинської області за 2003-2008 роки

Показники	Роки						Відхилення 2008/2003	
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	+,-	%
Обсяг вироблених освітніх послуг, млн. грн.	43,8	49,3	39,1	26,1	31,2	40,9	-2,9	-6,7
Частка освітніх послуг, реалізованих населенню, %	94,5	94,3	94,9	90,9	89,6	91,9	-2,6	x
Кількість навчальних закладів ВНЗ III-IV рівнів акредитації (р. а.)	5	5	5	5	5	5	0,0	0,0
Чисельність студентів у ВНЗ III-IV р. а., тис. осіб	21,0	20,5	23,8	26,0	27,6	27,4	6,4	30,5
Частка студентів ВНЗ III-IV р. а., від загальної чисельності студентів ВНЗ I-IV р. а., %	63,5	63,3	68,4	73,2	74,6	76,1	12,6	x
Кількість осіб, які навчаються у ВНЗ III-IV р. а., на 10 тис. населення Волині	313	314	332	341	356	350	37,0	11,8
Кількість осіб, які навчаються у ВНЗ III-IV р. а. за економічним напрямком підготовки, тис. осіб	4,6	4,7	5,9	6,9	7,5	7,3	2,7	58,7
Кількість осіб, які навчаються у ВНЗ III-IV р. а. за правничим напрямком підготовки, тис. осіб	1,3	1,1	1,0	1,2	1,2	1,2	-0,1	-7,7
Кількість осіб, які навчаються у ВНЗ III-IV р. а. за інженерним напрямком підготовки, тис. осіб	3,3	3,7	4,9	5,0	5,1	5,0	1,7	51,5

Встановлено, що основою задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти Волинської області є товарна політика ВНЗ, яка включає в себе пропозицію спеціальностей; диференціацію форм навчання, наявність додаткових та супутніх до основної послуг; наявність нормативних документів, що забезпечують прийом та випуск студентів (ліцензований обсяг та акредитація) інноваційну діяльність ВНЗ.

Виявлено, що державні ВНЗ III-IV рівнів акредитації Волинської області мають чітку спеціалізацію стосовно підготовки фахівців, у той час як приватні ВНЗ спеціалізовані на наданні послуг освіти щодо модних та престижних спеціальностей, які не потребують залучення значних фінансових та матеріальних ресурсів.

При дослідженні контингенту студентів ВНЗ III-IV р. а. м. Луцька виявлено, що найбільша кількість студентів навчається у державних навчальних закладах – 83,2%, у приватних ВНЗ навчається лише 16,8%. Незначна кількість студентів здобуває освіту за прогресивними формами навчання (дистанційна, екстернат). ВНЗ готують фахівців за такими напрямками підготовки: гуманітарний – 48,5%, економічний – 26,6%, інженерія – 19,2%, правничий – 5,7%.

Встановлено, що для успішного просування основної освітньої послуги ВНЗ використовують додаткові та супутні послуги, що дає змогу ВНЗ залучити більшу кількість абітурієнтів і на якіснішому рівні надавати ці послуги. До таких послуг відносимо: послуги кафе, їдалень; наявність спортивного комплексу; доступність мережі Інтернет; забезпеченість студентів гуртожитками; організацію додаткових курсів іноземної мови, комп'ютерних курсів; редакційно-видавничі послуги; здійснення перекваліфікації (друга вища освіта); послуги аспірантури, докторантури та ін.

Для забезпечення відповідного рівня конкурентоздатності послуг вищої освіти й ефективного функціонування на ринку освітніх послуг запропонована методика проведення аналізу управлінських дій ВНЗ щодо задоволення потреб споживачів в послугах вищої освіти, що включає аналіз організації процесу надання освітніх послуг, аналіз діяльності із набору абітурієнтів, аналіз маркетингової діяльності (зокрема, товарну, цінову та політику просування послуг), аналіз діяльності щодо забезпечення якості процесу надання освітніх послуг, аналіз діяльності щодо покращення стану матеріально-технічної бази, аналіз фінансового менеджменту, стратегічного планування тощо. Це дозволяє ВНЗ застосовувати низку підприємницьких та маркетингових рішень, здійснювати управлінські дії із залучення абітурієнтів й задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти.

Враховуючи зменшення числа випускників шкіл, вступ до ВНЗ за сертифікатами незалежного оцінювання якості студентів, що також обмежує кількість абітурієнтів, низький рівень доходів населення Волині, для залучення споживачів освітніх послуг дисертантом запропоновано знижки (пільги) в оплаті за навчання, впровадження товарних інновацій послуг ВНЗ.

Виявлення переваг і недоліків, сильних і слабких сторін діяльності ВНЗ за допомогою SWOT-аналізу дозволяє сформулювати рекомендації щодо

удосконалення їх подальшого функціонування та спрямованості на задоволення потреб споживачів послуг вищої освіти. Зокрема проведений SWOT-аналіз діяльності державних ВНЗ Волині дозволив виявити ті аспекти, які потребують найбільшої уваги і зусиль з боку керівництва навчального закладу та деканату.

У третьому розділі – “Удосконалення системи задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ” – здійснено прогнозування величини рівня потреб споживачів Волинської області в послугах вищої освіти, сформовано образи споживачів освітніх послуг ВНЗ, розроблено та обґрунтовано систему заходів щодо задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти.

На основі розроблених лінійних, параболічних та експоненціальних моделей трендів досліджено прогноз освітніх послуг основних економічних показників реалізованих населенню Волинської області (табл. 2). Використання таких моделей і результатів дасть можливість закладам освіти ефективно планувати свою діяльність, розвивати нові форми освітніх послуг та якісно їх надавати.

Таблиця 2

Прогнозні значення та оцінки обсягу освітніх послуг реалізованих населенню Волинської області

Показник	Прогноз показника			Середнє значення помилки	Значення середньоквадратичної помилки	Значення середньої абсолютної помилки
	на 2009 р.	на 2010 р.	на 2011 р.			
Обсяг освітніх послуг, млн. грн.						
$\tilde{y}_1^{лн}$	77,564	84,298	91,032	0	8,0464	2,1484
$\tilde{y}_1^{пп}$	78,821	86,241	93,775	0	7,8739	2,2169
\tilde{y}_1^{exp}	105,341	128,959	157,857	-0,2498	40,5326	5,2767

Проведення кореляційно-регресійного аналізу у вигляді парних та множинних рівнянь регресії дозволило визначити вплив на обсяг освітніх послуг реалізованих населенню Волинської області системи сформованих чинників. Так, множинне лінійне рівняння регресії

$$\tilde{y}_1 = -64,9168 + 10,2050 \times y_2 + 34,5504 \times y_3 + 4,7098 \times y_4; \quad (1)$$

$$R^2 = 0,9057; F = 69,87;$$

де, $\tilde{y}_1^{лн}$ = усереднене або теоретичне значення загального обсягу освітніх послуг, реалізованих населенню Волинської області, обчислених за допомогою лінійного регресійного рівняння ($i = 1$), параболічного рівняння тренду ($i = 2$) та експоненціального рівняння тренду ($i = 3$);

R^2 – коефіцієнт детермінації; F – значення критерію Фішера;

y_1 – обсяг освітніх послуг, реалізованих населенню, млн. грн.;

y_2 – кількість студентів, що навчаються за економічним напрямком підготовки, тис. осіб;

y_3 – кількість студентів, що навчаються за правничим напрямком підготовки, тис. осіб;

y_4 – кількість студентів, що навчаються за інженерним напрямком підготовки, тис. осіб.

показує, що найбільший вплив на освітні послуги, реалізовані населенню Волинської області (y_1) мають студенти правничих спеціальностей (y_3), трохи менший – студенти економічних спеціальностей (y_2), найменший вплив – студенти інженерних спеціальностей (y_4).

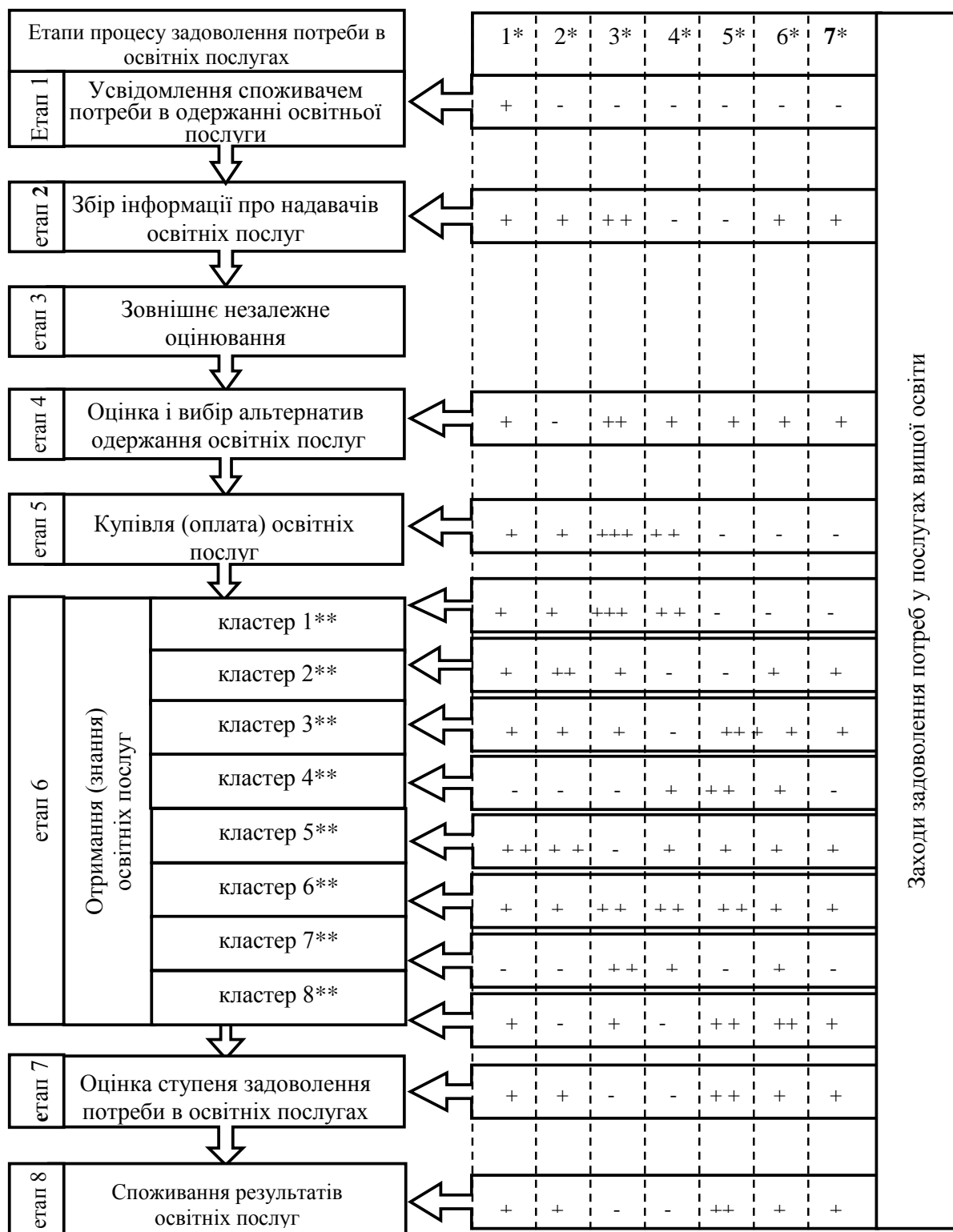
Значення коефіцієнтів регресії в одержаних рівняннях показують, що при збільшенні кількості осіб, що навчаються на економічних спеціальностях, на 1 тис. осіб очікується збільшення обсягу освітніх послуг, реалізованих населенню Волинської області, в середньому на 12,9125 млн. грн.; збільшення чисельності студентів заочної форми навчання на 1 тис. підвищать обсяг надання освітніх послуг населення в середньому на 9,42 млн. грн.; збільшення оплати за навчання на денній формі навчання на 1 тис. грн. призведе до збільшення обсягу освітніх послуг в середньому на 24,7544 млн. грн.

Обґрунтовано, що ідентифікація образів споживачів освітніх послуг повинна здійснюватись шляхом дослідження їх поведінки у процесі надання ВНЗ освітньої послуги, із застосуванням інструментарію кластерного аналізу. Це дало змогу сформувані стійкі образи споживачів освітніх послуг за всіма напрямками підготовки та окремо – за технічним напрямом.

Проведення маркетингового дослідження у вигляді анкетного опитування (660 респондентів) та застосування пакетів прикладних програм FineRider, Statistica 6 і електронних таблиць Microsoft Excel дозволили сформувані 10 стійких кластерів, що характеризують та відповідають утвореним образам за типом споживацької поведінки. Аналогічно проведено кластеризацію споживачів освітніх послуг за технічним напрямом підготовки і сформовано 8 кластерів (1 кластер – 14 осіб; 2 кластер – 28 осіб; 3 кластер – 17 осіб; 4 кластер – 27 осіб; 5 кластер – 18 осіб; 6 кластер – 17 осіб; 7 кластер – 27 осіб; 8 кластер – 19 осіб).

На засадах змодельованого процесу задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ і утворених стійких образів споживачів (за технічним напрямом підготовки) розроблено та запропоновано управлінські заходи диференційованого цілеспрямованого впливу на цей процес (рис. 1).

Застосування відповідно згрупованих заходів впливу ректоратом або адміністрацією ВНЗ здійснюється за відповідними напрямками підготовки диференційовано для кожного утвореного кластеру споживачів. Причому, обов'язковість, необхідність чи необов'язковість запровадження певного заходу об'єктивно визначається менеджерами з розвитку ВНЗ. Запропоновані положення управління процесом задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ, які включають заходи диференційованого впливу стосовно кожного етапу змодельованого процесу дозволять підвищити рівень конкурентоспроможності ВНЗ та ефективний їх розвиток.



1. “+”, “++”, “+++” - ступінь обов’язковості запровадження ВНЗ відповідного заходу; “-” - необов’язковість;

2. * - (1) - організаційні заходи, (2) - заходи підвищення якості освітніх послуг, (3) - заходи щодо регулювання вартості навчання, (4) - заходи організації дозвілля, (5) - заходи щодо надання додаткових послуг, (6) - заходи щодо організації сервісних послуг, (7) - заходи інноваційної діяльності ВНЗ;

3. ** - кластери відповідають утвореним образам споживачів послуг вищої освіти за технічним напрямом підготовки.

Рис. 1. Застосування згрупованих заходів впливу на процес задоволення потреби споживачів у послугах ВНЗ

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення завдань щодо формування системи задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ, яке дозволяє зробити такі висновки:

1. У роботі встановлено, що процес задоволення потреб споживачів в освітніх послугах постає, з одного боку, основою розвитку та ефективного функціонування ВНЗ, з іншого – ставить вимоги до максимізації їх задоволення, а тому сприяє формуванню висококваліфікованих кадрів. При цьому аргументовано, що характер, структура і способи задоволення потреб залежать від досягнутого рівня продуктивних сил, ступеня розвитку науки і культури, соціально-економічного устрою. Узагальнення теоретичних та практичних підходів до розуміння економічної суті поняття “потреба у послугах вищої освіти”, дозволило трактувати її як явище, що характеризує прагнення людини до самореалізації, самовдосконалення через набуття знань, умінь, навичок з метою подальшого їх використання у професійній діяльності.

2. На основі систематизації існуючих моделей поведінки споживачів, застосовуючи емпіричний підхід і логічно-структурний аналіз, була запропонована модель процесу задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти, яка містить послідовні взаємопов’язані етапи усвідомлення потреби, збору інформації, незалежного зовнішнього оцінювання, оцінки та вибору альтернатив, купівлі та отримання послуги, оцінки ступеня задоволення потреби, споживання результатів послуги, а також систему згрупованих чинників впливу та управлінських дій ВНЗ. Запропонована модель забезпечує можливість послідовно і комплексно вивчати поведінку споживачів освітніх послуг, дозволяє повніше врахувати специфіку цих послуг, а її використання науковцями та фахівцями з маркетингу послуг допоможе враховувати поведінкові змінні споживачів у процесі складання програм просування освітніх послуг на ринку, а керівництву ВНЗ – у ході розробки управлінських рішень.

3. Узагальнення поглядів науковців дало змогу стверджувати, що потреби у послугах змінюється з часом та залежать від багатьох чинників, які у змодельованому процесі задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти згруповано на: обмежувальні або стимулюючі; визначальні; такі, що характеризують процес надання освітніх послуг ВНЗ; доповнюючі та внутрішні. Запропонована класифікація факторів впливу на процес формування потреб в освітніх послугах ВНЗ має теоретичну цінність та практичне значення, оскільки дозволяє розширити уявлення фахівців з економіки та маркетингу про специфіку поведінки споживачів освітніх послуг. Використання цієї класифікації надасть ВНЗ конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку освітніх послуг, допоможе залучити більшу кількість абітурієнтів і якісно надавати послуги вищої освіти.

4. У роботі обґрунтовано, що основою щодо задоволення потреб споживачів освітніх послуг є товарна політика ВНЗ, яка включає в себе: пропозицію спеціальностей; диференціацію форм навчання, наявність

нормативних документів; інноваційну діяльність ВНЗ; наявність додаткових та супутніх до основної послуг, до яких відносимо: послуги, кафе, їдальні; послуги спортивно-оздоровчих секцій; мобільний доступ до мережі Інтернет, забезпеченість послугами студентських гуртожитків; послуги із організації додаткових курсів іноземних мов, комп'ютерні і редакційно-видавничі послуги, перекваліфікація фахівців (друга вища освіта); аспірантуру, докторантуру. Запропонований методичний підхід щодо діагностики реалізації товарної політики ВНЗ рекомендовано для використання фахівцям з маркетингу послуг та керівництву ВНЗ з метою обґрунтування власної товарної політики та підвищення рівня і забезпечення повноти задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти.

5. На основі використання методів управлінського аналізу розвинуто методичний підхід до оцінювання результативності управлінських дій ВНЗ щодо впливу на процес задоволення потреб споживачів у таких послугах, який включає аналізування процесу організації надання освітніх послуг, діяльності із набору абітурієнтів, маркетингової діяльності (зокрема товарної, цінової та політики просування послуг), діяльності щодо забезпечення якості процесу надання освітніх послуг, процесу та результатів застосування інструментарію фінансового менеджменту і стратегічного планування. Запропонована схема проведення аналізу управлінських дій ВНЗ щодо задоволення потреб споживачів в освітніх послугах дасть змогу ВНЗ оцінити результативність таких дій та рівень надання послуг вищої освіти.

6. Застосовуючи економіко-математичне моделювання, здійснено прогнозування та визначено очікуваний обсяг надання послуг вищої освіти населенню Волинської області за допомогою побудови найпростіших моделей тренду на основі даних динаміки результатів діяльності навчальних закладів та обсягів реалізованих населенню освітніх послуг. Використання оцінок прогнозування дасть можливість ВНЗ планувати величину та структуру у розрізі напрямів підготовки освітніх послуг на рівні областей та регулювати підготовку фахівців для національної економіки. Досліджено вплив факторів на обсяг освітніх послуг реалізованих населенню на основі розрахунку показників множинного лінійного рівняння регресії. Використання розроблених моделей регресії дасть можливість закладам освіти ефективно планувати свою діяльність, розвивати нові форми освітніх послуг та якісно їх надавати.

7. У роботі обґрунтовано, що ідентифікація образів споживачів послуг вищої освіти повинна здійснюватись шляхом дослідження поведінки таких споживачів у процесі надання ВНЗ освітньої послуги із застосуванням інструментарію кластерного аналізу, що дозволить ВНЗ формувати стійкі образи споживачів, залежно від типу споживчої поведінки, та застосувати їх з метою розробки і реалізації управлінських заходів впливу на процес задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ.

8. Розроблені у роботі положення управління процесом задоволення потреб споживачів дають можливість ВНЗ застосовувати диференційовані цілеспрямовані управлінські дії щодо кожного із етапів змодельованого процесу задоволення цих потреб та виокремлених кластерів споживачів. До

таких управлінських заходів підвищення результативності функціонування ВНЗ відносимо: організаційні заходи; заходи із забезпечення якості освітніх послуг; заходи щодо удосконалення цінової політики ВНЗ; заходи з організації дозвілля споживачів послуг; диверсифікацію діяльності ВНЗ щодо надання додаткових послуг; заходи організації сервісних послуг; заходи інноваційної діяльності ВНЗ. Запровадження заходів диференційованого впливу стосовно кожного окремого етапу дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності ВНЗ на ринку та рівень прихильності споживача, що відобразиться вищим ступенем задоволення потреби у послугах вищої освіти.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

Статті у фахових виданнях

1. Букало Н. А. Методика застосування кластерного аналізу для ідентифікації образів споживачів освітніх послуг / С. Я. Войтович, Н. А. Букало // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Серія “Економічні науки”. – Полтава : ПУСКУ, 2009. – № 3 (34). – С. 151-155.

Особистий внесок автора: досліджено послідовність і сутність етапів проведення кластерного аналізу й проведено практичну реалізацію розбиття споживачів на стійкі кластери, використовуючи метод розрахунку Евклідової відстані.

2. Букало Н. А. Процес задоволення потреб споживачів у послугах освіти ВНЗ / С. Я. Войтович, Н. А. Букало // Економічні науки. Серія “Економіка та менеджмент” [зб. наук. праць. Луцький державний технічний університет / відп. ред. д.е.н., проф. Герасимчук З. В.] – Луцьк, 2009. – № 6 (22). – С. 54-65.

Особистий внесок автора: досліджено послідовність дій процесу задоволення потреб споживачів в одержанні освітніх послуг вищих навчальних закладів; впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на цей процес; вимоги до процесу задоволення потреб споживачів в одержанні освітніх послуг.

3. Букало Н. А. Оцінка величини потреб населення Волинської області в послугах освіти / Н. А. Букало // Економічні науки [зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету]. Випуск 23 (3). – Черкаси : ЧДТУ, 2009. – № 23 (3). – С. 78-84.

4. Букало Н. А. Розвиток структури закладів освіти: регіональний аспект / Н. А. Букало // Економічні науки [Зб. наук. праць]. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2008. – С. 154-168.

5. Букало Н. А. До питання впливу демографічних факторів на формування потреб споживачів у освітніх послугах / Н. А. Букало // Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий виробничо-практичний журнал. Вінницький фінансово-економічний університет. – 2007. – № 1 (13). – С. 150-156.

6. Букало Н. А. Порівняння стану матеріально-технічної бази та забезпеченості науковими кадрами ВНЗ на Україні та Волинській області / Н. А. Букало // Економічний аналіз [зб. наук. праць кафедри економічного

аналізу Тернопільського національного економічного університету.] Випуск 1 (17). – Тернопіль : Економічна думка, 2007. – С. 73-78.

7. Букало Н. А. Потреби населення в освітніх послугах, їх суть та класифікація / С. Я. Войтович, Н. А. Букало // Економічні науки. Серія “Економічна теорія та економічна історія” [Зб. наук. праць. Луцький державний технічний університет / відп. ред. д.е.н., проф. Герасимчук З. В.]. – Луцьк, 2007 – № 4 (15). – С. 64-70.

Особистий внесок автора: розкрито сутність потреб населення в послугах вищої освіти і здійснено класифікацію освітніх послуг.

8. Букало Н. А. Стан забезпечення послугами населення України / Н. А. Букало // Економічні науки [зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету]. Випуск 17. – Черкаси : ЧДТУ, 2007. – № 17. – С. 78-84.

9. Букало Н. А. Дослідження ринку освітніх послуг на Волині / Н. А. Букало // Економічні науки. Серія “Регіональна економіка” [зб. наук. праць. Луцький державний технічний університет / відп. ред. д.е.н., проф. Герасимчук З. В.] – Луцьк, 2007. – № 4 (13). – С. 27-37.

10. Букало Н. А. Конкурентоспроможність закладів освіти України як фактор якості одержуваних споживачем освітніх послуг / Н. А. Букало // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2006. – №3 (82). – С. 84-88.

11. Букало Н. А. Вплив економічного середовища на формування потреб населення в освітніх послугах / Н. А. Букало // Економіка і регіони. Науковий журнал. Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка. – 2006. – № 4 (11). – С. 84-88.

12. Букало Н. А. Розвиток сфери освітніх послуг на Волині / Н. А. Букало // Вісник Львівської комерційної Академії. Випуск 18 (2). – Львів : ЛКА. – 2005 – С. 53-57.

Публікації в інших виданнях

13. Букало Н. А. Математична модель задоволення потреб споживачів у послугах освіти / Н. А. Букало // Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції “Моделювання сучасних економічних процесів та інформаційні технології”. – Том 2. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2009. – С. 31-33.

14. Букало Н. А. Проблеми просування освітніх послуг / Н. А. Букало // Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю: Матеріали VI-ї Міжнародної науково-практичної конференції: Черкаси, 8-10 квітня 2009 р. / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т; відповід. ред. В. М. Яценко. – Черкаси : ЧДТУ, 2009. – С. 189-191.

15. Букало Н. А. Сутність та послідовність етапів проведення кластерного аналізу / Н. А. Букало // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика: матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф.: (25-27 травня 2009) / відп. ред. Л. Г. Ліпич. – Луцьк : РВВ “Вежа” Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, Том.1. – 2009. – С. 284-285.

16. Букало Н. А. Формування потреб освітніх послуг вищих навчальних закладів / Н. А. Букало // Актуальні проблеми ринкової економіки. Вісник Львівського державного інституту новітніх технологій та управління імені В'ячеслава Чорновола / [відп. ред. д.е.н., професор Комарницький І. М., д.т.н., професор Горбовий А. Ю.] – Львів, 2009. – № 6. – С. 255-261.

17. Букало Н. А. Проблеми становлення та специфіка функціонування економічних відносин на ринку освітніх послуг / Н. А. Букало // Наука та практика – 2007: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції / кол. авт. – Полтава, 2007. – С. 22-24.

18. Букало Н. А. До питання оцінки якості освітніх послуг / Н.А. Букало // Інноваційні процеси економічного розвитку: Вітчизняний та зарубіжний досвід // Тези доповідей всеукраїнської конференції молодих учених і студентів. Тернопіль : ТНЕУ, 2007. – С. 140-142.

19. Букало Н. А. Процес формування та задоволення потреб у послугах освіти / Н. А. Букало // Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю. Матеріали IV-ї Міжнародної науково-практичної конференції: Черкаси, 11-13 квітня 2007 р. / Відп. ред. В. М. Яценко. – Черкаси : ЧДТУ, 2007. – С. 211-213.

20. Букало Н. А. Ринок освітніх послуг у контексті європейської інтеграції / Н. А. Букало // Європейські інтеграційні процеси і транскордонне співробітництво. – Луцьк : РВВ “Вежа” Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки. Том. 1 – 2006. – С. 392-394.

21. Букало Н. А. До питання розвитку освіти в Україні / Н. А. Букало // Соціально-економічні проблеми реформування Українського суспільства: Збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції ЖДУ імені Івана Франка / відп. ред. Данилишина Б. М. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2006. – С. 197-198.

22. Букало Н. А. Дослідження проблем підготовки фахівців з економічних дисциплін у вищих навчальних закладах / Н. А. Букало // Майбутнє-аудит: матеріали Міжвузівської науково-практичної конференції (м. Кривий Ріг, 12 грудня 2006 року): Тези доповідей / Редколег.: М. Л. Крапивко, В. Я. Нісінов, К. С. Сурніна, Н. М. Кругла. – Кривий Ріг : Видавничий дім, 2006. – С. 181-182.

23. Букало Н. А. Вплив соціальних факторів на потреби споживачів в освітніх послугах / Н. А. Букало // Праці Сьомої міжнародної наукової конференції студентів і молодих учених “Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання”. Частина 4 / Ред. кол. Ступін О. Б. (голова) та ін. – Донецьк : ДонНУ, 2006. – С. 231-234.

АНОТАЦІЯ

Букало Н. А. Формування системи задоволення потреб споживачів у послугах вищих навчальних закладів. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (економіка

торгівлі та послуг). Львівська комерційна академія, Львів, 2010.

У дисертації розроблено теоретичні, методологічні та прикладні засади задоволення потреб споживачів в освітніх послугах вищими навчальними закладами. Сформовано трактування категорії “потреби у послугах вищої освіти”. Розроблено принципи, визначено концептуальні положення та змодельовано процес задоволення потреб споживачів освітніх послуг. Обґрунтована класифікація чинників, що впливають на процес задоволення потреб. Удосконалено методіку аналізу товарної політики вищих навчальних закладів щодо реалізації освітніх послуг та аналізу виконуваних ними управлінських дій у напрямі задоволення потреб споживачів. Здійснено прогнозування та визначено величину потреб споживачів освітніх послуг. Сформовано стійкі образи споживачів освітніх послуг за критерієм їх споживацької поведінки. Розроблено та запропоновано до використання вищими навчальними закладами управлінські заходи диференційованого цілеспрямованого впливу на процес задоволення потреб споживачів освітніх послуг. Розроблено основні положення управління процесом задоволення потреб споживачів у послугах ВНЗ на основі застосування диференційованих цілеспрямованих управлінських дій щодо кожного із етапів змодельованого процесу задоволення цих потреб та виокремлених кластерів споживачів.

Ключові слова: потреби у послугах вищої освіти, процес задоволення потреб в освітніх послугах, прогнозування величини потреб, формування образів споживачів освітніх послуг, управління вищими навчальними закладами.

АННОТАЦИЯ

Букало Н.А. Формирование системы удовлетворения потребностей потребителей в услугах высших учебных заведений. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (экономика торговли и услуг). Львовская коммерческая академия, Львов, 2010.

В диссертации разработаны теоретические, методологические и прикладные принципы удовлетворения потребностей потребителей в образовательных услугах высшими учебными заведениями. Сформирована трактовка категории “потребности в услугах высшего образования”. Дополнена и приведена классификация потребностей в образовательных услугах: потребность в дошкольном образовании; потребность в общем среднем образовании; потребность во внешкольном образовании; потребность в профессионально-техническом образовании; потребность в высшем образовании; потребность в дополнительных образовательных услугах; потребность в сопутствующих образовательных услугах. Дополнена трактовка “образовательные услуги ВУЗ”. Установлено, что услуги высшего образования имеют особенные характеристики: образовательные услуги находятся под пристальным вниманием общества; права владения на образовательные услуги не передаются; предлагаются и предоставляются потенциальному потребителю; уровень удовлетворения образовательных услуг зависит как от исполнителя,

так и от потребителя; высокая потребительская ценность; невозможность перепродажи образовательной услуги и ее результатов; не поддаются непосредственному денежному измерению; длительное время предоставления; неоднозначный уровень результатов трудовых расходов; результаты потребления образовательных услуг в дальнейшем нуждаются в сопровождении или обновлении. Выяснено, что общие характеристики образовательных услуг частично не отвечают общепризнанным и установленным признакам, чем отличаются от других услуг. Образовательные услуги могут быть отделены от источника, их можно частично сохранить в виде электронных и материальных носителей, они могут быть постоянные по качеству. Разработаны принципы, определены концептуальные положения и смоделирован процесс удовлетворения потребностей потребителей образовательных услуг. Обоснована классификация факторов, которые влияют на процесс удовлетворения потребностей. Исследован уровень удовлетворения услуг населения Украины. Усовершенствована методика анализа относительно диагностики результатов реализации товарной политики ВУЗа в рыночных условиях, которая содержит необходимый инструментарий относительно анализа ее элементов, что позволяет оценить уровень предоставления и структуру основной, дополнительных и сопутствующих услуг высшего образования в процессе удовлетворения потребностей потребителей. Для обеспечения соответствующего уровня конкурентоспособности услуг высшего образования и эффективного функционирования на рынке образовательных услуг, предложена методика проведения анализа управленческих действий ВУЗа относительно удовлетворения потребностей потребителей в услугах высшего образования. Установлено, что для успешного продвижения основной образовательной услуги ВУЗы используют дополнительные и сопутствующие услуги. Это дает возможность вузам привлечь большее количество абитуриентов, повысить качество предоставленных услуг. Осуществлено прогнозирование и определенная сумма запросов потребителей образовательных услуг. С помощью значений коэффициентов регрессии проанализировано количественное влияние соответствующих факторных переменных на объем образовательных услуг реализованных населению. Сформированы стойкие образы потребителей образовательных услуг за критерием их потребительского поведения с использованием инструментария кластерного анализа. Разработано и предложено к использованию высшими учебными заведениями управленческие мероприятия дифференцированного целеустремленного влияния на процесс удовлетворения потребностей потребителей образовательных услуг. Разработаны основные аспекты управления процессом удовлетворения потребностей потребителей в услугах ВУЗов на основе применения дифференцированных целеустремленных управленческих действий относительно каждого из этапов смоделированного процесса удовлетворения этих потребностей и выделенных кластеров потребителей.

Ключевые слова: потребности в услугах высшего образования, процесс удовлетворения потребностей в образовательных услугах, прогнозирование величины потребностей, формирования образов потребителей образовательных

услуг, управление высшими учебными заведениями.

ANNOTATION

Nadia A. Bukalo. The Formation of the System of gratification of the demands of Higher Educational Services. - Manuscript.

Dissertation on getting scientific degree of a candidate of sciences (Economics) in speciality 08.00.04 – Economics and Enterprises Management (economy of trade and services). Lviv Commercial Academy, Lviv, 2010.

The dissertation deals with and develops theoretical, methodological and applied principles of meeting consumers' educational services demands by higher educational establishments. Principles and conceptions of meeting consumers' educational services requirements by higher educational establishments along with its modeling processes have been denoted. Classification of factors, influencing upon the process of meeting above mentioned demands, has been substantiated. The methods of higher educational establishments' commodity policy analysis as to educational services along with the analysis of the managerial actions realization relating to the meeting of consumers' requirements, accomplished by them, have also been improved. Predictions of the consumers' educational services requirements amount have been figured out. In accordance with the criteria of behavior, educational services consumers' steady images have been formed. Administrative measures of the differentiated purposeful influence upon the process of meeting consumers' needs in educational services have been developed and offered for higher educational establishments' utilization.

Keywords: requirements in educational services; process of meeting the requirements in educational services; predictions of requirements amount, forming educational services consumers' images; management of higher educational establishments.