**Чигасов Сергій Георгійович. Управління маркетингом освітніх послуг в організаціях навчально-курсової мережі АПК: дисертація канд. екон. наук: 08.06.01 / Національний аграрний ун- т. - К., 2003**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Чигасов С.Г. Управління маркетингом освітніх послуг в організаціях навчально-курсової мережі АПК. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Національний аграрний університет, Київ, 2003.  Дисертацію присвячено дослідженню теоретичних, методологічних та практичних проблем управління маркетингом освітніх послуг в організаціях навчально-курсової мережі аграрно-промислового комплексу України. Розроблено структурно-логічну модель формування маркетингу освітніх послуг, критеріальну модель ефективної маркетингової діяльності навчального закладу, систему управління маркетингом освітніх послуг. Обгрунтовано нову методику стратегічного маркетингового планування професійно-технічних навчальних центрів. На основі принципів маркетингу і бенчмаркінгу розроблена система оцінки і управління якістю освітніх послуг в організаціях навчально-курсової мережі аграрно-промислового комплексу. | |
| |  | | --- | | Розроблено новий методологічний підхід до управління маркетингом освітніх послуг, який включає: системний аналіз, структурно-логічну організацію, технології, методики та прийоми забезпечення ефективної діяльності організацій навчально-курсової мережі АПК в ринкових умовах.  В результаті проведеного дослідження ми прийшли до наступних висновків:  1. Сучасний стан ринку професійно-технічних освітніх послуг в аграрно-промисловому комплексі характеризується як критичний. За останнє десятиріччя кількість професійно-технічних училищ скоротилась на 22,4%, а чисельність слухачів зменшилась на 19,7%. Питома вага учнів профтехосвіти в загальній структурі системи освіти складає менше шести відсотків і має тенденцію до скорочення. Реформування аграрної галузі призвело до змін потреб в освітніх послугах, на які система професійно-технічної освіти адекватно не відреагувала.  2. На основі системного аналізу різних наукових поглядів та результатів апостеріорного дослідження розроблений маркетинговий підхід до ефективної діяльності професійно-технічних навчальних закладів АПК, що базується на принципах соціально-етичного маркетингу.  Максима ефективності управління маркетингом освітніх послуг визначається мірою задоволення потреб основних учасників ринку освітніх послуг: особи – в освіті, навчального закладу – в розвитку і підвищенні добробуту персоналу, підприємств-замовників – в підвищенні кваліфікації кадрів, суспільства – в розширеному відтворенні сукупного інтелектуального потенціалу.  3. В результаті аналізу еволюції маркетингу, предметно-хронологічної систематизації наукових шкіл маркетингу розроблена структурно-логічна модель формування маркетингу освітніх послуг, яка є основою наукових положень дисертації і відображенням генезису та соціально-економічних особливостей маркетингу освіти.  4. Побудовано триплексний алгоритм формування системи результативного маркетингу освітніх послуг, який, агрегуючи компоненти маркетингового комплексу, основні функції управління маркетинговими процесами, критерії компетентного менеджменту освіти, встановлює оптимальний спосіб досягнення соціальних та економічних переваг. З використанням регулятивних якостей алгоритму розроблена критеріальна модель ефективної маркетингової діяльності навчального закладу, яка детермінує стандарти споживчої якості і стратегії конкурентної поведінки.  5.Динамічність зовнішнього середовища обґрунтовує необхідність застосування стратегічного планування. Розроблена методика стратегічного маркетингового планування об’єднує методи ситуаційного аналізу, вибору корпоративної, конкурентної, організаційно-структурних стратегій і цілей, портфельного аналізу та планування освітніх послуг, бенчмаркування. Нові атрибути стратегічного планування: бенчмаркування, використання матриць формування організаційно-структурних стратегій, портфельного аналізу і планування освітніх послуг, **–** дозволяють розповсюдити застосування технологій стратегічного менеджменту та маркетингового інструментарію для забезпечення ефективної діяльності організацій навчально-курсової мережі АПК в умовах невизначеності та ризику.  6. Із врахуванням ролі маркетингу в умовах ринкової економіки розроблено систему управління маркетингом професійно-технічного навчального центру АПК, яка інтегрує шість підсистем та забезпечує комплексність управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності взаємовідносин учасників ринку освітніх послуг.  7. З позицій маркетингу вирішальне значення в оцінці якості мають споживачі. В роботі визначені критерії споживчої якості, розроблена система оцінки та управління якістю професійно-технічних освітніх послуг. Важливим компонентом системи є методика бенчмаркування, яка розкриває способи виміру результативності та прийоми підвищення конкурентоздатності навчальних підрозділів, забезпечення високого рівня якості як самих послуг, так і процесу їх надання.  8. У розвиток аналітико-прогностичної функції маркетингу запропонованаматематична модель прогнозу обсягів підготовки механізаторських кадрів, що дозволяє оптимізувати ресурси закладів навчально-курсової мережі АПК та раціонально використовувати державні асигнування.  9. Розроблена маркетингова модель професійно-технічного навчального центру, яка об’єднує п’ять логічних блоків, експлікуючих державні, соціальні та маркетингові стандарти ефективних взаємодій учасників ринку освітніх послуг. Характеристики моделі визначають оптимальні підходи до вибору стратегії конкурентної поведінки навчального закладу та можуть використовуватись при розробці концепцій реформування та розвитку навчально-курсової мережі АПК.  10. Теоретичні дослідження, розробки і верифікація обґрунтовують позитивну роль управління маркетингом освітніх послуг у підвищенні ефективності діяльності навчальних закладів. Результати експерименту підтверджують вибір маркетингового підходу в якості домінанти реформування навчально-курсової мережі, а також підводять до висновку про важливість та необхідність державної підтримки процесів перетворень в системі професійної підготовки робочих кадрів аграрно-промислового комплексу. | |