**Слоква Марина Григорівна. Формування інформаційної бази управління організаціями вищої освіти на підставі сегментації зовнішнього середовища : Дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Донецький національний технічний ун-т. — Донецьк, 2003. — 259арк. — Бібліогр.: арк. 174-185**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| Слоква М.Г. Формування інформаційної бази управління організаціями вищої освіти на підставі сегментації зовнішнього середовища. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами. – Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України, Луганськ, 2004.Виявлено особливості формування інформаційної бази управління організаціями вищої освіти. Обґрунтовано необхідність використання сегментації в дослідженні зовнішнього середовища організацій вищої освіти. Встановлено гносеологічні аспекти сегментації як методу інформаційного забезпечення. З урахуванням специфіки зовнішнього середовища організацій вищої освіти визначено інструментарій сегментації. Досліджено стан зовнішнього середовища з використанням сегментації ринку, що характеризується послідовністю та взаємообумовленістю сегментацій компонентів – організацій вищої освіти, споживачів і послуг. Розроблено метод отримання сегментів, який дозволяє виявити на ринку потенційні якісні характеристики компонентів. Удосконалено програму формування інформаційної бази управлінських рішень з надання послуг, що адекватні найбільш поширеним значенням ознак сегментів ринку послуг вищої освіти. На основі використання адаптованого методу групового обліку аргументів побудовано економіко-математичну модель поведінки споживачів. Запропоновано систему контролю формування інформаційної бази управління організаціями вищої освіти. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертаційній роботі подано наукове вирішення актуального завдання із забезпечення результативності управління діяльністю організацій вищої освіти шляхом формування інформаційної бази на основі сегментації зовнішнього середовища. Проведене дослідження дозволяє зробити такі основні висновки та дати практичні рекомендації.1. Формування і розвиток ринку послуг вищої освіти обумовлює виникнення у суб'єктів, що діють на ньому, потреби в інформації. Одним з найбільш ефективних способів її отримання є дослідження. Використання найбільш прийнятного методу дослідження ринку освітніх послуг припускає необхідність вивчення його якісних характеристик. Оскільки ринок послуг вищої освіти, як і будь-який інший, характеризується наявністю трьох компонентів – продавців, покупців і послуг, то їхні якісні риси формують його специфіку.
2. Специфічність даного ринку визначила необхідність використання такого методу дослідження, як сегментація. Розгляд гносеологічних аспектів сегментації ринку дозволив установити, що абсолютна більшість дослідників під сегментацією розуміє процес розподілу ринку на складові частини. Основу його становить принцип наявності подібного в різноманітті. Різні підходи до розуміння сегментації подано в науковій літературі різноманітністю ознак, методів, критеріїв, видів сегментації, етапів її процесу. Останнє, у свою чергу, визначено безліччю об'єктів сегментації, під якими прийнято розуміти різні групи споживачів. Разом з тим, крім споживачів, як об'єкти сегментації може бути розглянуто також товари, послуги, організації та інші складники.
3. Установлені для кожного з компонентів ринку послуг вищої освіти якісні характеристики склали основу ознак сегментації. З цією метою було використано метод квантифікації, який дозволив одержати кількісне вираження якісних показників компонентів. Як методи розподілу використано просте та ітеративне угрупування.
4. Об'єктом сегментації було обрано локальні ринки послуг вищої освіти Донецької та Луганської областей, на яких функціонують організації вищої освіти третього–четвертого рівнів акредитації. Сегментація локальних ринків ґрунтується на використанні принципу системності, що припускає послідовну та взаємообумовлену сегментацію компонентів ринку. Послідовність їхньої сегментації було встановлено, виходячи з призначення сегментації. Першим рівнем ієрархії виділено сегментацію організацій вищої освіти. Сегментація споживачів і послуг вищої освіти склала наступні рівні ієрархії, що ґрунтуються на результатах першого. Так, виділені пріоритетні сегменти організацій було використано як системоутворюючу ознаку в сегментації споживачів послуг вищої освіти. Пріоритетні сегменти споживачів використовувалися як системоутворююча ознака сегментації послуг.
5. З метою встановлення ступеня насиченості регіональних ринків та виявлення потенційних характеристик компонентів ринку послуг вищої освіти запропоновано метод виділення сегментів. Суть його полягає у звуженні області визначення значень ознак сегментації з використанням просторових та часових обмежень.
6. На основі результатів дослідження зовнішнього середовища організацій вищої освіти було сформовано інформаційну базу для розробки управлінських рішень щодо інших компонентів ринку. Оскільки результати аналізу містять інформацію, систематизовану для ринкових сегментів, то було вирішено проблему персоніфікації результатів щодо кожної організації. Встановлено панівні в ситуаціях якісні характеристики компонентів, на які повинні бути спрямовані управлінські рішення організацій вищої освіти.
7. З метою визначення ступеня реальності управлінських рішень було встановлено, якою мірою вони адекватні поведінці споживачів. Для цього імітовано поведінку споживачів послуг вищої освіти в майбутньому. Імітацію здійснено за допомогою економіко-математичного моделювання, з використанням методу групового обліку аргументів. У результаті отримано моделі для кожної з груп сегментів споживачів Донецької та Луганської областей. Прогноз поведінки дозволяє встановити, якою мірою споживачі будуть сприйнятливі до дій організацій вищої освіти.
8. В умовах внутрішнього та зовнішнього середовища, що швидко змінюється, необхідною вимогою стає проведення контролю формування інформаційної бази управління організаціями вищої освіти. Застосування запропонованої системи контролю дозволяє досягти зворотного зв'язку на всіх етапах формування інформаційної бази і підвищити результативність інформаційного забезпечення управління організаціями вищої освіти.
 |

 |