

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ

Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра менеджменту та адміністрування

**ОКСЕНТЮК СЕРГІЙ ОЛЕГОВИЧ**

УДК 339.378

ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНОЇ УСТАНОВИ  
ТА РОЗРОБКА ШЛЯХІВ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ,  
НА ПРИКЛАДІ ТНТУ ІМ. І ПУЛЮЯ (М.ТЕРНОПІЛЬ, ВУЛ. РУСЬКА, 56)

Спеціальність 281 – Публічне управління та адміністрування

АВТОРЕФЕРАТ  
наукової роботи на здобуття кваліфікації магістра

Робота виконана на кафедрі менеджменту та адміністрування факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник:**

кандидат економічних наук, доцент  
Гарматюк Оксана Олегівна,  
кафедра менеджменту та адміністрування  
факультету економіки та менеджменту  
Тернопільського національного технічного  
університету імені Івана Пулюя

**Рецензент:**

кандидат технічних наук, доцент  
Стойко Ігор Іванович,  
кафедра управління інноваційною діяльністю та  
сферою послуг факультету економіки та  
менеджменту Тернопільського національного  
технічного університету імені Івана Пулюя

Захист відбудеться «23» грудня 2019 р. о 9<sup>00</sup> год. на засіданні екзаменаційної комісії у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** В сучасних умовах стабільність функціонування будь-якої економічної системи пов'язана із розвитком вищої освіти, яка в свою чергу забезпечує підвищення якісного потенціалу робочої сили. На сьогоднішній день освітня система працює в ринкових умовах. Ринок освітніх послуг в Україні розвивається швидкими темпами і пов'язаний із зростанням чисельності студентів, відкриттям нових навчальних закладів. Сучасні освітні стратегії спрямовані на інтеграцію у міжнародне співтовариство. Однак, як відомо, кожна економічна система схильна до хвилеподібних коливань навколо певного центру рівноваги, і тому на зміну етапу зростання неминуче приходить період спаду. Саме за цих обставин вкрай важливо визначити періоди зміни обсягів попиту на освітні послуги, щоб можна було адаптувати до цього систему вищої освіти. Цим обумовлюється необхідність дослідження кон'юнктури ринку освітніх послуг вищих навчальних закладів та її прогнозування.

Теоретичні та практичні аспекти дослідження ринку освітніх послуг знайшли своє відображення у наукових працях зарубіжних вчених-економістів: М.Портера, Ф.Лассаля, А.Вагнера, В.Репке, В.Зомбарта, П.Друкера, П.Гейка, П.Момберта та ін.

За останні роки в умовах трансформації економіки України збільшився інтерес до ринкових досліджень, що зумовило появу нових праць з даного питання, підготовлених вітчизняними науковцями такими як В.Кучеренко, В.А.Карпов, С.С.Гаркавенко, Л.О.Іванова А.О.Старостіна, Є.В.Крикавський, А.І.Бутенко. Окремі аспекти дослідження кон'юнктури ринку висвітлено і в працях російських авторів – Є.П.Голубкова, Є.П.Пешкової, С.Ю.Румянцевої.

Безпосередньо проблемами ринку освітніх послуг та діяльності вищих навчальних закладів займалися вітчизняні та зарубіжні науковці. Дослідженню ринку освітніх послуг присвятили свої роботи такі зарубіжні вчені: Б.Дейвіс, Л.Елісон, Д.Маккорт, Д.Макдугалл та ін. Серед українських та російських науковців з цих проблем глибокий аналітичний матеріал містять роботи Т.Є.Оболенської, С.М.Ілляшенка, В.Н.Зотова, А.П.Панкрухіна, С.І.Добриднева, О.А.Кратта, Д.А.Штефанича, В.С.Сотнікова та ін. Проте в їхніх роботах питання ринку освітніх послуг в більшій мірі розглядається в розрізі елементів комплексу маркетингу і відповідно до цього аналізується діяльність вищих навчальних закладів. Мало уваги приділяється дослідженням ринку вищими навчальними закладами, в тому числі його кон'юнктури, вивченням закономірностей його розвитку.

Тому, незважаючи на певні наукові напрацювання, питання оцінки та прогнозування ринку освітніх послуг є актуальними для вищих навчальних закладів та вимагають подальшого дослідження.

**Мета і завдання дослідження.** Метою роботи є теоретичне обґрунтування та розробка рекомендацій щодо вдосконалення діяльності ТНТУ ім. І Пулюя.

Відповідно до поставленої мети в роботі сформовано і вирішено наступні **завдання**:

- розглянути теоретичні засади оцінки ринку освітніх послуг вищих навчальних закладів;
- теоретично обґрунтувати системні зв'язки та економічні категорії ринку освітніх послуг;
- дослідити структуру, динаміку та збалансування ринку освітніх послуг;
- висвітлити систему організації освітнього процесу у вищому навчальному закладі;
- здійснити огляд основних напрямів діяльності ТНТУ ім. І. Пулюя;
- проаналізувати результати діяльності університету;
- за допомогою SWOT-аналізу визначити сильні та слабкі сторони в діяльності, загрози та ринкові можливості подальшого розвитку університету;
- визначити напрями стратегічного розвитку ринку освітніх послуг закладу вищої освіти;
- оцінити конкурентоспроможність навчальних закладів м. Тернополя;
- визначити ефективність управління рекламною діяльністю ТНТУ ім. І. Пулюя;
- розробити заходи щодо вдосконалення рекламної кампанії та PR університету;
- визначити економічну ефективність запропонованих заходів.

**Об'єкт дослідження:** діяльність Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

**Предметом дослідження** є теоретичні, методичні та практичні аспекти організації та управління розвитком ТНТУ ім. І. Пулюя.

**Методи дослідження.** Теоретичною і методологічною основою дослідження є наукові розробки вітчизняних і закордонних вчених з проблем стратегічного маркетингу, менеджменту, конкуренції; законодавчі і нормативні акти України, накази підприємства, бухгалтерська звітність, роботи фахівців по досліджуваній темі.

У процесі дослідження для вирішення поставлених завдань використовувались такі методи: системного аналізу – при визначенні змісту ключових понять; аналізу та синтезу – при дослідженні структури ринку освітніх послуг; статистичні – для опрацювання даних про динаміку показників розвитку університету; соціологічні (опитування) – для дослідження показників, які впливають на конкурентоспроможність; кількісного аналізу та порівняння – для визначення конкурентоспроможності закладів вищої освіти, виявлення сильних і слабких сторін, загроз та можливостей. Обробка даних здійснюється з використанням сучасних комп'ютерних технологій.

**Джерела дослідження.** Інформаційною базою дослідження слугували матеріали праць українських і зарубіжних науковців, інформація державних органів статистики, законодавчі та нормативні документи з питань регулювання економіки та освітньої діяльності, звітно-статистичні дані університету, аналітичні публікації в науковій і спеціалізованій літературі, а також матеріали спостережень та опитувань, що їх організував автор.

**Наукова новизна отриманих результатів.** Наукова новизна дипломної магістерської роботи полягає у дослідженні теоретико-методичних засад, розробленні практичних рекомендацій та обґрунтуванні економічного ефекту заходів, спрямованих на перспективний розвиток підприємства.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у розробці рекомендацій з вдосконалення організації діяльності ТНТУ ім. І. Пулюя. Практичне значення мають такі розробки, як: аналіз ринку освітніх послуг; визначення конкурентоспроможності закладів вищої освіти м. Тернополя; визначення стратегічних напрямків вдосконалення діяльності університету; розробка рекомендацій щодо впровадження даної стратегії.

**Апробація результатів дипломної роботи.** Основні положення дослідження доповідались та отримали позитивну оцінку на Міжнародній науково-технічній конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій» (м. Тернопіль, ТНТУ, 28-29 листопада 2018 року); IX Регіональній науково-практичній Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» (м. Тернопіль, ТНТУ, 9 листопада 2018 року); I Міжрегіональній науково-практичній конференції «Проблеми публічного управління та адміністрування на регіональному рівні» (м. Тернопіль, ТНТУ, 21 травня 2019 року).

**Структура й обсяг дипломної магістерської роботи.** Дипломна магістерська робота складається з вступу, 7-ми розділів, висновків, загальним обсягом 154 сторінки основного тексту, списку використаних джерел з 96 найменувань і 7 додатків.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ**

**У вступі** розкрита актуальність теми магістерської роботи, встановлено мету та завдання, предмет та об'єкт, методи та інформаційну базу дослідження, а також подано структуру роботи.

**У першому розділі «Теоретичні засади оцінки ринку освітніх послуг вищих навчальних закладів»** теоретично обґрунтовано системні зв'язки та економічні категорії ринку освітніх послуг; досліджено структуру, динаміку та збалансування ринку освітніх послуг; розглянуто систему організації освітнього процесу у вищому навчальному закладі.

Розвиток ринку освітніх послуг тісно пов'язаний із життям суспільства і станом економіки та значною мірою визначає могутність і авторитет держави. Ринок освітніх послуг формується в умовах стихійності, оскільки зараз вищі навчальні заклади стикнулися з необхідністю застосування ринкових принципів і методів господарювання. Інструментом, що може обмежити негативний вплив ринкової стихійності, є вивчення та оцінка кон'юнктури ринку освітніх послуг. Саме це дасть змогу вищим навчальним закладам оцінити ситуацію, що склалася в певний період часу і виявити основні напрямки їхнього розвитку. Особливо ці питання є актуальними для вищих навчальних закладів в умовах євроінтеграції та трансформації у міжнародний освітній ринок.

Враховуючи різні підходи, пропонуємо таке трактування кон'юнктури ринку освітніх послуг: «кон'юнктура ринку освітніх послуг це фактична та очікувана ситуація на ринку освітніх послуг і формується під впливом кон'юнктурутворюючих чинників – попиту і пропозиції – та активних дій ВНЗ на ринку освітніх послуг, що створює передумови для її збалансування».

Автором проведено класифікацію кон'юнктури ринку освітніх послуг, де виділено такі класифікаційні ознаки як рівень масштабу ринку, вид освітніх послуг, в залежності від співвідношення попиту і пропозиції, за періодом часу, за станом, за об'єктом дослідження.

Оцінку кон'юнктури ринку освітніх послуг запропоновано здійснювати через структурні елементи - попит та пропозицію, для цього визначено їх природу. Аналогічно проаналізовано ці елементи для ринку праці, а також обґрунтовано їх системний взаємозв'язок. Запропонована класифікація попиту, де виділено попит на освітні послуги та попит на молодих спеціалістів на ринку праці, а також індивідуальний (попит зі сторони окремої особи, індивіда) та суспільно-економічний (попит зі сторони держави), виділено чинники, які впливають на ці види попиту. За цим принципом проведена класифікація такого структурного елементу кон'юнктури як пропозиція. Критерієм збалансування попиту і пропозиції є ціна, тому визначено суть ціни для вищих навчальних закладів.

Крім того, у розділі висвітлено основні аспекти організації освітньої діяльності у закладі вищої освіти, визначено суть понять «освітня діяльність», «освітньо-професійна програма», «навчальний план» тощо, розглянуто особливості навчання в закладах певного профілю та заходи, які застосовуються для контролю освітньої діяльності.

**У другому розділі «Характеристика діяльності ТНТУ ім. І.Пулюя на ринку освітніх послуг»** досліджено організацію діяльності Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя на ринку освітніх послуг, а саме представлена загальна характеристика університету та аналіз його організаційної структури, проаналізовано основні показники діяльності університету та зроблений SWOT-аналіз діяльності ТНТУ імені Івана Пулюя.

На базі Львівського політехнічного інституту 11 листопада 1960 року для забезпечення потреби в кваліфікованих інженерних кадрах було організовано Тернопільський загальнотехнічний факультет з вечірньою та заочною формами навчання. Це дозволило досвідченим практикам без відриву від виробництва здобувати вищу освіту. В той час у філіалі готували за такими важливими для Тернопільської та сусідніх областей спеціальностями як технологія машинобудування, металорізальні верстати та інструменти, електровимірвальна техніка. Перші випускники розпочали роботу на промислових підприємствах та поповнили професорсько-викладацький склад філіалу.

15 травня 1964 року факультет реорганізовано у Тернопільський філіал Львівського політехнічного інституту, а 27 лютого 1991 року на базі Тернопільського філіалу Львівського

політехнічного інституту створено Тернопільський приладобудівний інститут. Враховуючи здобутки колективу в освітній і науковій діяльності, Кабінетом Міністрів України 30 грудня 1996 року на базі Тернопільського приладобудівного інституту імені Івана Пулюя було створено Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, а вже 11 грудня 2009 року Указом Президента України за вагомий внесок у розвиток національної освіти і науки та, враховуючи загальнодержавне і міжнародне визнання результатів діяльності, університету надано статус національного.

На сьогоднішній день підготовку фахівців проводять на 4 факультетах та 34 кафедрах, Технічному, Зборівському та Гусятинському коледжах ТНТУ та технічному ліцеї.

Фінансово-економічна діяльність вищого навчального закладу є одним із головних напрямів його діяльності. Для ефективного забезпечення високоякісної підготовки фахівців надходження коштів забезпечувалося з декількох джерел, а саме із загального фонду державного бюджету та за рахунок надходжень до спеціального фонду. Спеціальний фонд університету складається з коштів, які надійшли від плати за послуги згідно з наданими повноваженнями (платне навчання), від господарської діяльності, від сплати за оренду, благодійних внесків та дарунків, коштів, які університет отримує на виконання окремих доручень. Так як освіта є основним видом діяльності університету, то безумовно, основні надходження до спеціального фонду – це кошти від платного навчання. Надання послуг з навчання на контрактній основі включає кошти від плати за підготовку бакалаврів, магістрів, аспірантів та докторантів за різними формами навчання як вітчизняних, так і іноземних громадян, від плати за післядипломну освіту і додаткову професію, навчання на військовій кафедрі та інші надходження.

З наведених показників можна побачити, що Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя має достатньо стабільну економічну базу, що дозволяє забезпечувати всі необхідні компоненти навчального процесу, наукової, господарської діяльності тощо. Підводячи підсумки фінансово-економічної діяльності університету, можна відзначити позитивні зрушення в збільшенні доходів від надання платних освітянських послуг, за рахунок чого збільшилися видатки на матеріальне забезпечення, проживання в студентських гуртожитках у більш сприятливих умовах, навчання у відремонтованих аудиторіях.

З метою виявлення сильних та слабких сторін університету, можливостей та загрози було проведено SWOT-аналіз. Проводиться він з метою узагальнення діагностики позицій освітньої організації в галузі, а також отримання інформації про стан і тенденції розвитку ТНТУ ім. І. Пулюя та ринку освітніх послуг. Застосування SWOT-аналізу дозволить дослідити вплив різних факторів зовнішнього середовища, сильних та слабких сторін університету на його довгострокову ефективність і виробити рекомендації із вдосконалення діяльності управління університетом.

Сильними сторонами ТНТУ ім. І. Пулюя є: позитивний імідж вузу в регіоні, висококваліфікований педагогічний склад, високий рівень підготовки випускників, доступна

вартість навчання, співпраця з підприємствами і організаціями регіону, наявність спільних із зарубіжними вузами програм навчання (програми подвійного диплому), наявність системи дистанційної освіти.

Серед слабких сторін ВНЗ є слабка маркетингова компанія та відсутність маркетингового відділу, і як наслідок відсутність хорошої рекламної кампанії, скорочення бюджетних місць, а також недосконалість профорієнтаційної роботи. Перераховані слабкості університету необхідно подолати в першу чергу для того, щоб вийти на новий рівень розвитку.

Для подолання своїх слабких сторін (демографічна ситуація, збільшення вартості навчання, недостатнє фінансування економічної галузі освіти, висока конкуренція на ринку освітніх послуг) і підвищення ефективності освітніх послуг ЗВО необхідно використовувати всі існуючі можливості. Реалізація можливостей дозволить знизити, або ж прибрати багато загроз, до яких схильні освітні послуги сьогодні.

**У третьому розділі «Розробка шляхів вдосконалення діяльності ТНТУ ім. І Пулюя»** було запропоновано напрями стратегічного розвитку ринку освітніх послуг закладу вищої освіти, розраховано ефективність існуючого управління рекламною діяльністю ТНТУ ім. І. Пулюя та розроблено заходи щодо вдосконалення рекламної кампанії та PR ТНТУ ім. І. Пулюя.

Аналіз діяльності університету на ринку освітніх послуг дасть можливість визначити стратегічні шляхи розвитку закладів вищої освіти, особливо в умовах трансформації у світовий освітній ринок.

Для оцінки конкурентоспроможності навчальних закладів запропонована модель, що базується на значущих для споживача показниках, таких, як якість освітніх послуг, попит на випускників на ринку праці, доступність по фінансовій компоненті, відомість ВНЗ, соціальна привабливість, із врахуванням їх питомої ваги.

Рівень конкурентоспроможності вищих навчальних закладів м. Тернополя визначали, скориставшись даними опитування, яке було проведено нами з метою визначення показників, які впливають на вибір того чи іншого навчального закладу. Для цього оптимальним варіантом збору первинної інформації було визначено проведення опитування способом особистого заповнення анкети. Найкращим методом комунікації буде проведення опитування біля навчальних закладів студентів економічних спеціальностей. Розроблена анкета містила 11 запитань, причому завдання для респондентів полягало в тому, щоб розділити 11 балів між п'ятьма варіантами відповідей (більша кількість балів свідчила про більшу значимість того чи іншого чинника).

Для аналізу отриманих даних використовувалась комп'ютерна програма «Соцопитування», яка дозволила визначити питому вагу впливу кожного із вищенаведених чинників.

Проведена оцінка конкурентоспроможності показала, що найвищий рейтинг на ринку освітніх послуг Тернополя має Тернопільський національний економічний університет. Наведений рейтинг є віддзеркаленням діяльності вищих навчальних закладів у свідомості споживачів, тобто



результатом вимірювання їхньої суб'єктивної точки зору щодо цих закладів. Тому завдання для освітніх закладів полягає у тому, щоб приділити належну увагу проблемам формування позитивного іміджу серед потенційних споживачів.

Проведений у другому розділі SWOT-аналіз виявив, що однією з слабких сторін ТНТУ ім. І. Пулюя є слабка маркетингова компанія та відсутність маркетингового відділу, і як наслідок відсутність хорошої рекламної кампанії.

Розрахунок ефективності управління рекламною діяльністю у ТНТУ ім. І. Пулюя показав, що вона становить 9% і є не досить ефективною, тому керівництву потрібно провести ряд заходів для підвищення рівня ефективності управління рекламною діяльністю.

Для усунення цієї проблеми для ТНТУ ім. І. Пулюя запропоновано створити організаційну структуру служби маркетингу вищого навчального закладу, роботу якого зосередити у трьох відділах:

- експертна рада, до якої будуть входити науковці та викладачі вузу, члени вченої ради, функціями яких буде прогнозування попиту на освітні послуги на основі дослідження кон'юнктури ринку освітніх послуг та ринку праці, коректування навчальних планів згідно вимог ринку праці та ін.

- відділ сприяння працевлаштуванню, робота якого буде направлена на сприяння працевлаштуванню, налагодження контактів з роботодавцями з метою вивчення їхніх вимог до молодих спеціалістів та ін.;

- відділ зв'язків з потенційними споживачами, який відповідатиме за проведення рекламної кампанії, налагодженням зв'язків з закладами нижчого рівня для інформування своєю діяльністю, формування іміджу вищого навчального закладу.

Крім того, нами було сплановано рекламну кампанію та для підвищення ефективності здійснення рекламної діяльності університету пропонуємо застосувати технологію Public Relations, що на нашу думку, дозволить розширити коло клієнтів ТНТУ ім. І. Пулюя.

Планування PR-стратегії ТНТУ ім. І. Пулюя – це процес, який передбачає аналіз маркетингового середовища фірми, можливостей та загроз, прийняття рішень щодо маркетингової діяльності та їх реалізації.

Після обчислення показників результативності проекту PR-кампанії було виявлено, що запропонована PR-кампанія є результативною, оскільки внутрішня ставка доходу складає 19% (перевищує ставку прогнозованої інфляції), чиста теперішня вартість є додатною, індекс прибутковості – більший 1, а період окупності складає 2,64 роки (не перевищує терміну реалізації проекту).

У **четвертому розділі «Спеціальна частина»** досліджено розвиток освітньої галузі Тернопільської області та проведено аналіз законодавчої бази та правового забезпечення діяльності університету.

Діяльність ТНТУ ім. І. Пулюя з підготовки кадрів охоплює освітньо-кваліфікаційні рівні молодшого спеціаліста, бакалавра та магістра, підготовку кадрів вищої кваліфікації в аспірантурі та докторантурі. Посилюється взаємодія факультетів і коледжів, які поступово інтегруються в потужний навчально-науковий комплекс. У 2018 р. робота була спрямована на формування якісного контингенту студентів; моніторинг і підвищення якості освітнього процесу; розвиток дистанційної освіти, впровадження сучасних технологій навчання; розширення підготовки іноземних студентів; упровадження інформаційної системи управління (ІСУ) університетом; ліцензування та акредитацію напрямів і спеціальностей; удосконалення організації освітнього процесу; удосконалення нормативної бази; виховну та спортивно-масову роботу.

В своїй діяльності університет керується як загальними основними законами України, так і внутрішніми організаційно-правовими документами, основним з яких є штатний розпис. Крім того, у своїй діяльності ТНТУ ім. І. Пулюя керується рядом внутрішніх нормативних документів: нормативна база ТНТУ, статут університету, положення, колективний договір, правила внутрішнього розпорядку, накази і розпорядження, план заходів щодо попередження корупційних проявів та зловживань, методичні рекомендації щодо запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інший маломобільних груп населення в приміщеннях Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

**У п'ятому розділі «Обґрунтування економічної ефективності»** розроблено організаційні заходи оцінки ефективності та проведена оцінка ефективності запропонованих заходів для ТНТУ ім. І. Пулюя.

Після розробки заходів щодо вдосконалення рекламної діяльності в університеті було здійснено оцінку ефективності управління рекламною діяльністю у ТНТУ ім. І. Пулюя та виявлено, що ефективність управління після проведених заходів вдосконалення становить 30%. Можна сказати, що показник ефективності покращився порівняно з попереднім (9%) на 21%. Даний показник ефективності управління рекламною діяльністю є вищим за середній. Постійний процес управління рекламною діяльністю у ТНТУ ім. І. Пулюя в майбутньому допоможе досягти ще кращих результатів.

**У шостому розділі «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях»** було розглянуто організацію роботи з охорони праці у навчальному закладі та проаналізовано роботу відділу охорони праці в навчальному закладі.

Організація охорони праці в закладі освіти – це система відносин, які направлені на організацію діяльності щодо забезпечення безпеки праці, збереження життя та здоров'я всіх працівників закладу освіти та реалізуються через сукупність взаємопов'язаних правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, медично-профілактичних заходів. З проведеного

аналізу можна стверджувати, що охорона праці відіграє важливу роль, як суспільний чинник, оскільки, якими б вагомими не були трудові здобутки, вони не можуть компенсувати людині втраченого здоров'я та життя.

Уцьому розділі також розглянуто організацію харчування і забезпечення обмінним одягом особового складу формувань ЦЗ та дотримання санітарно-гігієнічних вимог. Крім того, розглянуто методіку проведення розрахунку економічного ефекту від застосування заходів захисту населення і територій від НС. Запобігання виникненню надзвичайних ситуацій та мінімізація їх негативних наслідків є особливо актуальними і є однією з умов ефективності відповідних заходів, які розробляються фахівцями з питань цивільного захисту.

**У сьомому розділі «Екологія»** досліджено питання науково-технічного прогресу і охорона навколишнього середовища та роль екологічної освіти у формуванні світогляду сучасного фахівця. Доведено, що екологічна освіта є цілеспрямовано організованим, планово і систематично здійснюваним процесом засвоєння екологічних знань, умінь і навичок. Сучасна система екологічної освіти України має неперервний, комплексний, міждисциплінарний та інтегрований характер, а набуття екологічних знань особистістю є важливим показником екологічно вихованої людини.

## **ВИСНОВКИ**

Отже, у представленій дипломній магістерській роботі досліджено теоретичні засади оцінки ринку освітніх послуг вищих навчальних закладів: теоретично обґрунтовано системні зв'язки та економічні категорії ринку освітніх послуг; досліджено структуру, динаміку та збалансування ринку освітніх послуг; розглянуто систему організації освітнього процесу у вищому навчальному закладі.

Розвиток ринку освітніх послуг тісно пов'язаний із життям суспільства і станом економіки та значною мірою визначає могутність і авторитет держави. Ринок освітніх послуг формується в умовах стихійності, оскільки зараз вищі навчальні заклади стикнулися з необхідністю застосування ринкових принципів і методів господарювання. Інструментом, що може обмежити негативний вплив ринкової стихійності, є вивчення та оцінка кон'юнктури ринку освітніх послуг. Саме це дасть змогу вищим навчальним закладам оцінити ситуацію, що склалася в певний період часу і виявити основні напрямки їхнього розвитку. Особливо ці питання є актуальними для вищих навчальних закладів в умовах євроінтеграції та трансформації у міжнародний освітній ринок.

Враховуючи різні підходи, пропонуємо таке трактування кон'юнктури ринку освітніх послуг: «кон'юнктура ринку освітніх послуг – це фактична та очікувана ситуація на ринку освітніх послуг і формується під впливом кон'юнктуруотворюючих чинників – попиту і пропозиції – та активних дій ВНЗ на ринку освітніх послуг, що створює передумови для її збалансування».

Автором проведено класифікацію кон'юнктури ринку освітніх послуг, де виділено такі класифікаційні ознаки як рівень масштабу ринку, вид освітніх послуг, в залежності від співвідношення попиту і пропозиції, за періодом часу, за станом, за об'єктом дослідження.

Оцінку кон'юнктури ринку освітніх послуг запропоновано здійснювати через структурні елементи - попит та пропозицію, для цього визначено їх природу. Аналогічно проаналізовано ці елементи для ринку праці, а також обґрунтовано їх системний взаємозв'язок. Запропонована класифікація попиту, де виділено попит на освітні послуги та попит на молодих спеціалістів на ринку праці, а також індивідуальний (попит зі сторони окремої особи, індивіда) та суспільно-економічний (попит зі сторони держави), виділено чинники, які впливають на ці види попиту. За цим принципом проведена класифікація такого структурного елементу кон'юнктури як пропозиція. Критерієм збалансування попиту і пропозиції є ціна, тому визначено суть ціни для вищих навчальних закладів.

Крім того, у розділі висвітлено основні аспекти організації освітньої діяльності у закладі вищої освіти, визначено суть понять «освітня діяльність», «освітньо-професійна програма», «навчальний план» тощо, розглянуто особливості навчання в закладах певного профілю та заходи, які застосовуються для контролю освітньої діяльності.

У представленій дипломній магістерській роботі досліджено організацію діяльності Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя на ринку освітніх послуг.

На сьогоднішній день підготовку фахівців проводять на 4 факультетах та 34 кафедрах, Технічному, Зборівському та Гусятинському коледжах ТНТУ та технічному ліцеї.

Фінансово-економічна діяльність вищого навчального закладу є одним із головних напрямів його діяльності. Для ефективного забезпечення високоякісної підготовки фахівців надходження коштів забезпечувалося з декількох джерел, а саме із загального фонду державного бюджету та за рахунок надходжень до спеціального фонду. Спеціальний фонд університету складається з коштів, які надійшли від плати за послуги згідно з наданими повноваженнями (платне навчання), від господарської діяльності, від сплати за оренду, благодійних внесків та дарунків, коштів, які університет отримує на виконання окремих доручень. Так як освіта є основним видом діяльності університету, то безумовно, основні надходження до спеціального фонду – це кошти від платного навчання. Надання послуг з навчання на контрактній основі включає кошти від плати за підготовку бакалаврів, магістрів, аспірантів та докторантів за різними формами навчання як вітчизняних, так і іноземних громадян, від плати за післядипломну освіту і додаткову професію, навчання на військовій кафедрі та інші надходження.

З наведених показників можна побачити, що Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя має достатньо стабільну економічну базу, що дозволяє забезпечувати всі необхідні компоненти навчального процесу, наукової, господарської діяльності тощо. Підводячи

підсумки фінансово-економічної діяльності університету, можна відзначити позитивні зрушення в збільшенні доходів від надання платних освітянських послуг, за рахунок чого збільшилися видатки на матеріальне забезпечення, проживання в студентських гуртожитках у більш сприятливих умовах, навчання у відремонтованих аудиторіях.

З метою виявлення сильних та слабких сторін університету, можливостей та загрози було проведено SWOT-аналіз. Проводиться він з метою узагальнення діагностики позицій освітньої організації в галузі, а також отримання інформації про стан і тенденції розвитку ТНТУ ім. І. Пулюя та ринку освітніх послуг. Застосування SWOT-аналізу дозволить дослідити вплив різних факторів зовнішнього середовища, сильних та слабких сторін університету на його довгострокову ефективність і виробити рекомендації із вдосконалення діяльності управління університетом.

Сильними сторонами ТНТУ ім. І. Пулюя є: позитивний імідж вузу в регіоні, висококваліфікований педагогічний склад, високий рівень підготовки випускників, доступна вартість навчання, співпраця з підприємствами і організаціями регіону, наявність спільних із зарубіжними вузами програм навчання (програми подвійного диплому), наявність системи дистанційної освіти.

Серед слабких сторін ВНЗ є слабка маркетингова компанія та відсутність маркетингового відділу, і як наслідок відсутність хорошої рекламної кампанії, скорочення бюджетних місць, а також недосконалість профорієнтаційної роботи. Перераховані слабкості університету необхідно подолати в першу чергу для того, щоб вийти на новий рівень розвитку.

Для подолання своїх слабких сторін (демографічна ситуація, збільшення вартості навчання, недостатнє фінансування економічної галузі освіти, висока конкуренція на ринку освітніх послуг) і підвищення ефективності освітніх послуг ЗВО необхідно використовувати всі існуючі можливості. Реалізація можливостей дозволить знизити, або ж прибрати багато загроз, до яких схильні освітні послуги сьогодні.

У проектному розділі представленої дипломної магістерської роботи запропоновано шляхи вдосконалення діяльності ТНТУ ім. І. Пулюя.

Аналіз діяльності університету на ринку освітніх послуг дасть можливість визначити стратегічні шляхи розвитку закладів вищої освіти, особливо в умовах трансформації у світовий освітній ринок.

Для оцінки конкурентоспроможності навчальних закладів запропонована модель, що базується на значущих для споживача показниках, таких, як якість освітніх послуг, попит на випускників на ринку праці, доступність по фінансовій компоненті, відомість ВНЗ, соціальна привабливість, із врахуванням їх питомої ваги.

Рівень конкурентоспроможності вищих навчальних закладів м. Тернополя визначали, скориставшись даними опитування, яке було проведено нами з метою визначення показників, які впливають на вибір того чи іншого навчального закладу. Для цього оптимальним варіантом збору

первинної інформації було визначено проведення опитування способом особистого заповнення анкети. Найкращим методом комунікації буде проведення опитування біля навчальних закладів студентів економічних спеціальностей. Розроблена анкета містила 11 запитань, причому завдання для респондентів полягало в тому, щоб розділити 11 балів між п'ятьма варіантами відповідей (більша кількість балів свідчила про більшу значимість того чи іншого чинника).

Для аналізу отриманих даних використовувалась комп'ютерна програма «Соцопитування», яка дозволила визначити питому вагу впливу кожного із вищенаведених чинників.

Проведена оцінка конкурентоспроможності показала, що найвищий рейтинг на ринку освітніх послуг Тернополя має Тернопільський національний економічний університет. Наведений рейтинг є віддзеркаленням діяльності вищих навчальних закладів у свідомості споживачів, тобто результатом вимірювання їхньої суб'єктивної точки зору щодо цих закладів. Тому завдання для освітніх закладів полягає у тому, щоб приділити належну увагу проблемам формування позитивного іміджу серед потенційних споживачів.

Проведений у другому розділі SWOT-аналіз виявив, що однією з слабких сторін ТНТУ ім. І. Пулюя є слабка маркетингова компанія та відсутність маркетингового відділу, і як наслідок відсутність хорошої рекламної кампанії.

Розрахунок ефективності управління рекламною діяльністю у ТНТУ ім. І. Пулюя показав, що вона становить 9% і є не досить ефективною, тому керівництву потрібно провести ряд заходів для підвищення рівня ефективності управління рекламною діяльністю.

Для усунення цієї проблеми для ТНТУ ім. І. Пулюя запропоновано створити організаційну структуру служби маркетингу вищого навчального закладу, роботу якого зосередити у трьох відділах:

- експертна рада, до якої будуть входити науковці та викладачі вузу, члени вченої ради, функціями яких буде прогнозування попиту на освітні послуги на основі дослідження кон'юнктури ринку освітніх послуг та ринку праці, коректування навчальних планів згідно вимог ринку праці та ін.

- відділ сприяння працевлаштуванню, робота якого буде направлена на сприяння працевлаштуванню, налагодження контактів з роботодавцями з метою вивчення їхніх вимог до молодих спеціалістів та ін.;

- відділ зв'язків з потенційними споживачами, який відповідатиме за проведення рекламної кампанії, налагодженням зв'язків з закладами нижчого рівня для інформування своєю діяльністю, формування іміджу вищого навчального закладу.

Крім того, нами було сплановано рекламну кампанію та для підвищення ефективності здійснення рекламної діяльності університету пропонуємо застосувати технологію Public Relations, що на нашу думку, дозволить розширити коло клієнтів ТНТУ ім. І. Пулюя.

Планування PR-стратегії ТНТУ ім. І.Пулюя – це процес, який передбачає аналіз маркетингового середовища фірми, можливостей та загроз, прийняття рішень щодо маркетингової діяльності та їх реалізації.

Після обчислення показників результативності проекту PR-кампанії було виявлено, що запропонована PR-кампанія є результативною, оскільки внутрішня ставка доходу складає 19% (перевищує ставку прогнозованої інфляції), чиста теперішня вартість є додатною, індекс прибутковості – більший 1, а період окупності складає 2,64 роки (не перевищує терміну реалізації проекту).

### **Список опублікованих праць за темою дипломної магістерської роботи**

1. Оксентюк С. Поняття державного управління / Оксентюк С. // Актуальні задачі сучасних технологій: зб. тез доповідей міжнар. наук.-техн. конф. молодих учених та студентів, 28-29 листоп. 2018. – Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2018 – Т. 3. – С. 213.

2. Оксентюк С. Поняття електронного урядування / Оксентюк С. // Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. – Матеріали ІХ Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів, 9 листопада 2018 року. – Тернопіль, ТНТУ, 2018. – С. 186.

3. Оксентюк Б.А., Оксентюк С.О. Маркування продукції / Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій [монографія]; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. – С.119-128 (231 с.).

4. Оксентюк С. Електронний уряд як головна складова електронного урядування / Оксентюк С. // Матеріали І міжрегіональної науково-практичної конференції «Проблеми публічного управління та адміністрування на регіональному рівні», 21 травня 2019 року. – Тернопіль: ТНТУ, 2019. – С. 62–63. – (Електронне урядування та електронна демократія).

### **АНОТАЦІЯ**

**Оксентюк С.О. Дослідження організації діяльності публічної установи та розробка шляхів її вдосконалення, на прикладі ТНТУ ім. І. Пулюя (м. Тернопіль, вул. Руська, 56) [Рукопис]:** дипломна робота на здобуття кваліфікації магістра за спеціальністю 281 / Сергій Олегович Оксентюк; ТНТУ. – Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. – 154 с.

Дипломна магістерська робота: 154 с., 12 рис., 14 табл., 7 додатків, 96 літературних джерел.

**Об’єкт дослідження** – діяльність Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

**Метою роботи** є теоретичне обґрунтування та розробка рекомендацій щодо вдосконалення діяльності ТНТУ ім. І. Пулюя.

**Методи дослідження** – наукові розробки вітчизняних і закордонних вчених, системного аналізу, аналізу та синтезу, статистичні методи, соціологічні (опитування) методи, кількісного аналізу та порівняння.

Досліджено публічну діяльність підприємства, визначено перспективні напрями стратегічного розвитку ринку освітніх послуг закладу вищої освіти, досліджено ефективність управління рекламною діяльністю університету, розроблено рекомендації щодо вдосконалення рекламної кампанії та PR та підвищення ефективності діяльності ТНТУ ім. І. Пулюя.

Результати впроваджені в діяльність Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

**Ключові слова:** ринок, освітні послуги, попит, пропозиція, конкурентоспроможність, SWOT-аналіз, рекламна діяльність, паблік рілейшинз, ефективність.

## SUMMARY

**Oksentyuk S.O. Research of organization of activity of public institution and development of ways of its improvement, on the example of TNTU (56, Ruska Street, Ternopil) [Manuscript]:** comprehensive thesis for obtaining the qualification master's degree in 281 / Serhhiy Oksentyuk; TNTU. – Ternopil: IE Shpak V.B., 2019. - 154 p.

Master Degree thesis contains of 154 pages, 12 pictures, 14 tables, 7 additions, 96 literature sources.

**The Object of Investigation** – activity of Ternopil Ivan Puluj National Technical University.

**The Aim of the Work** is the theoretical substantiation and development of recommendations for improvement activity of TNTU.

**The Methods of Investigation** – scientific development of domestic and foreign scientists, system analysis, analysis and synthesis, statistical methods, sociological (interrogation) methods, quantitative analysis and comparison.

The public activity of the enterprise is investigated, the perspective directions of strategic development of the market of educational services of higher education institution are determined, the effectiveness of management of advertising activity of the university is investigated, the recommendations on perfection of advertising campaign and PR and increase of efficiency of TNTU.

The results were implemented in the activities of the Ternopil Ivan Puluj National Technical University.

**Key words:** market, educational services, demand, supply, competitiveness, SWOT-analysis, advertising, public relations, efficiency.



Підписано до друку 10.12. 2018 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний.  
Гарнітура Times. Друк ризограф. Зам. № 7.

Видавець та виготовлювач: ФО-П Шпак В. Б.  
Свідоцтво про державну реєстрацію:  
Серія В02 № 924434 від 11.12.2006 р.  
Свідоцтво платника податку: Серія Е № 897220  
м. Тернопіль, вул. Просвіти, 6  
тел. 8 097 299 38 99, 42-23-88  
E-mail: [tooums@ukr.net](mailto:tooums@ukr.net)