

ISSN 2222-4459 (Print)
ISSN 2311-116X (Online)

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«БІЗНЕС ІНФОРМ»
№ 2 '2021 р. (517)

Періодичність 1 раз на місяць

Видається із січня 1992 р.

Свідоцтво про реєстрацію

КВ №19905-9705 ПР від 02.04.2013 р.

ЗАСНОВНИКИ:

НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ЦЕНТР
ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ
НАН УКРАЇНИ (ХАРКІВ)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім. С. Кузнеця

ВИДАВЕЦЬ:

ФОП Лібуркіна Л. М.

РЕДАКЦІЯ

Головний редактор: д-р екон. наук, проф.

В. С. Пономаренко

Науковий редактор: д-р екон. наук, проф.,
член-кор. НАН України **М. О. Кизим**

Випусковий редактор: д-р екон. наук,
доцент **В. Є. Хаустова**

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

д-р екон. наук, проф.

Абуселідзе Г. (Батумі, Грузія)

д-р екон. наук, проф.

Алексєєв І. В. (Львів, Україна)

д-р екон. наук, проф.

Биков О. О. (Мінськ, Республіка Білорусь)

д-р екон. наук, проф.

Благуни І. С. (Івано-Франківськ, Україна)

д-р екон. наук, проф.

Бублик М. І. (Львів, Україна)

д-р екон. наук, проф.

Гавкалова Н. Л. (Харків, Україна)

д-р екон. наук, проф.

Дмитришин Л. І. (Івано-Франківськ, Україна)

д-р екон. наук, проф.

Іванов Ю. Б. (Харків, Україна)

д-р екон. наук, проф.

Корнєєв В. В. (Київ, Україна)

д-р екон. наук, проф.

Погорлецький О. І. (С.-Петербург, Росія)

д-р екон. наук, проф.

Прохорова В. В. (Харків, Україна)

д-р екон. наук, доц.

Тищенко В. Ф. (Харків, Україна)

**У журналі можуть друкуватися основні
результати дисертаційних робіт
з економічних наук**

Журнал реферується у загальнодержавній
реферативній базі даних «Україніка наукова» та
в українському реферативному журналі «Джерело»

ЖУРНАЛ «БІЗНЕС ІНФОРМ» ПРЕДСТАВЛЕНО В МІЖНАРОДНИХ НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗАХ ДАНИХ, РЕПОЗИТОРІЯХ І ПОШУКОВИХ СИСТЕМАХ:

- Ulrichsweb Global Serials Directory (США);
- Research Papers in Economics (США);
- Index Copernicus (Польща);
- Directory of Open Access Journals;
- Academic Journals Database (Швейцарія);
- Research Bible (Японія);
- Open Academic Journals Index;
- GetInfo (Німеччина);
- BASE (Німеччина);
- OpenAIRE (Європейський Союз);
- SUNCAT Union Catalogue (Велика Британія);
- Library Hub Discover (Велика Британія);
- J-Gate (Індія);
- Open Access Library;
- Advanced Science Index;
- Академия Google (США);
- InfoBase Index;
- WorldCat

ЗІ СПИСКУ ДРУКОВАНИХ (ЕЛЕКТРОННИХ) ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ, ЩО ВКЛЮЧАЮТЬСЯ ДО ПЕРЕЛІКУ НАУКОВИХ ФАХОВИХ ВИДАНЬ УКРАЇНИ

Журнал «Бізнес Інформ» («Бизнес Информ», «Business Inform») (Співзасновники: НДЦ індустріальних проблем розвитку НАН України, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця)

Додаток 10 до Наказу Міністерства освіти і науки України
від 12.05.2015 р. № 528

На підставі Наказу МОН України від 28 грудня
2019 р. № 1643 (Додаток 4) журнал «Бізнес Інформ»
включено до категорії «Б»

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Солодовнік О. О. Основні підходи до оцінювання економічної та фінансової безпеки: сутність і напрями вдосконалення..... 6

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ

Варфоломєєв М. О. Парадигма циркулярної економіки в умовах України..... 13

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Кондратенко Н. О., Тернова І. А., Колесник Т. М. Теоретико-методичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю господарюючих суб'єктів України..... 21

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

Жабинець О. Й., Сухий О. О. Досвід Польщі в реалізації структурної економічної політики міст 27

МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Лайко О. І. Державне регулювання публічних закупівель в Україні в умовах реформ та інтеграційних процесів 35

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

Лучко Г. Й. Інноваційний розвиток сфери торгівлі..... 41

ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Капітальне інвестування в економіці Львівської області: рейтингування, тенденції та напрями активізації.....	48
Шулюк Б. С. Концесія як форма реалізації проектів державно-приватного партнерства в Україні та світі.....	56

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Дудник О. О., Соколовська З. М. Сучасні технології управління аутсорс ІТ-проектами.....	62
Василів В. Б., Швець Ф. Д., Хоменчук О. А. Створення каталогу ІТ-послуг університетів на основі стандартів ІТІЛ.....	72

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ

Пілько А. Д., Крамар В. Р. Вплив монетарної політики на фінансову стійкість банківської системи: постановка задачі моделювання.....	81
Губанова І. В. Особливості моделювання ймовірності банкрутства за допомогою дискримінантних моделей та їх застосування в судовій економічній експертизі.....	88

ОСВІТА І НАУКА

Щетиніна А. В., Рудакова С. Г., Данилевич Н. С., Монастирська Х. Р. Цифровізація навчального процесу: погляд студентів.....	94
Кірюхіна М. В., Водолазська Н. В. Гендерна рівність серед курсантів і студентів авіаційних і технічних вищих навчальних закладів.....	99
Шепель Т. В. Освітня міграція студентської молоді: виклики та наслідки для України.....	104
Скрипник А. В., Негрей М. В., Петренко А. О. Аналіз попиту на освітні послуги ЗВО в розрізі окремих спеціальностей.....	111

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Бріль М. С., Пивавар І. В. Технології дослідження рівня економічної стійкості регіональної системи.....	119
---	-----

ЕКОНОМІКА ПРОМИСЛОВОСТІ

Орлова О. М. Ризики промислових підприємств в умовах пандемії COVID-19.....	131
---	-----

ЕКОНОМІКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА І АПК

Кудряшова С. В., Таран О. М. Вплив процесів злиттів і поглинань на конкурентоспроможність галузі сільського господарства.....	138
Страпчук С. І. Екологічна складова сталого розвитку сільського господарства.....	143

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

Євтушенко О. В., Гапоненко Г. І., Шамара І. М. Аналіз туристичного попиту в Україні: сучасний стан і перспективи.....	152
Чорна М. В., Волосов А. М., Резник М. О. Науково-методичні аспекти ідентифікації джерел конкурентних переваг підприємств ритейлу.....	161
Влащенко Н. М., Рябев А. А., Тонкошкур М. В. Розвиток бізнес-процесів у санаторно-курортній сфері.....	169

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА

Хандій О. О., Амоша О. О., Мосійчук Д. О. Гендерні особливості ринку праці в умовах пандемії COVID-19.....	176
--	-----

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

Україна, 61001, Харків,
пров. Інженерний, 1а,
Бібліотечний корп., 2 пов., к. 224.
Тел./факс: (057) 702-05-25
e-mail: biz_inf@ukr.net
www.business-inform.net

АДРЕСА ВИГОТІВНИКА:

ФОП Рубашкін Д. Ю.
Україна, 61002, Харків,
вул. Маршала Бажанова, 28.
Тел.: 067-579-46-58

ПЕРЕДПЛАТА:

- у Видавця;
- **ТОВ «Меркурій Експрес»:**
Україна, 49047, Дніпро,
вул. Дмитра Кедріна, 66/3.
Тел.: (093) 393-57-40

Науковий журнал

БІЗНЕС ІНФОРМ
БИЗНЕС ИНФОРМ
BUSINESS INFORM

Видається 1 раз на місяць
Мова видання – українська,
англійська
Рекомендовано до друку рішеннями:
вченої ради ХНЕУ № 2 від 28.01.2021 р.
вченої ради НДЦ ІПР НАНУ
№ 2 від 22.02.2021 р.
Здано до набору 18.01.2021 р.
Підписано до друку 22.02.2021 р.
Формат 60 x 84/8.
Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 40,8. Обл.-вид. арк. 52,11.
Надруковано у ФОП Рубашкін Д. Ю.
Замовлення № 531. Наклад 100 прим.

© **БІЗНЕСІНФОРМ**, 2021

Шифріна Н. І. Адекватність установленого рівня мінімальної оплати праці в Україні	183
Бондаренко О. М., Тардаскіна Т. М., Богатирьова Л. Д. Дослідження розвитку віддаленої роботи в умовах пандемії COVID-19.....	190

ЕКОНОМІКА ТРАНСПОРТУ ТА ЗВ'ЯЗКУ

Янчук М. Б., Пронь С. В., Федина В. П., Чередніченко К. В. Науково-методичні підходи до управління транспортними ризиками в мультимодальних вантажних перевезеннях.....	198
--	-----

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Завгородній І. В. Показники ефективності функціонування підприємств як систем на мікрорівні: оновлена парадигма в контексті «структура – система».....	210
Горбась І. М., Ліннік М. С. Автоматизація бізнес-процесів підприємства з використанням методики стохастичного моделювання та техніки WorkFlow – EPC.....	216

ОБЛІК І АУДИТ

Іваненко В. О., Лайчук С. М. Матричні методи в оцінці доцільності бухгалтерського аутсорсингу.....	223
Давидюк О. О., Камбур І. В. Реалізація державної політики бюджетного обліку із застосуванням автоматизованих систем в Україні	232
Карпушенко М. Ю., Шахвердян Д. С. Особливості відображення соціально-трудова показників в інтегрованій звітності	239
Гнатюк О. М., Бала О. І. Вітчизняний і зарубіжний досвід управління запасами підприємств: обліковий аспект.....	244
Момот Т. В., Ілляшенко О. В. Методичне та організаційне забезпечення внутрішнього аудиту доходів і витрат комунальних некомерційних підприємств охорони здоров'я.....	249

ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ І КРЕДИТ

Дрепін А. В. Пріоритети підвищення ефективності формування місцевих бюджетів.....	256
--	-----

Кваша О. В. Особливості управління капіталом в акціонерних товариствах	266
Абрамова І. В. Досягнення, проблеми та перспективи функціонування й обігу аграрних розписок в Україні	273
Гнидюк І. В., Уманець А. В., Гончаренко Т. В. Оцінка податку на доходи фізичних осіб як фіскального показника.....	279
Роганова Г. О., Ярина В. В. Визначення фінансової стратегії підприємства кондитерської промисловості в рамках аналізу його фінансової стійкості	286
Лобода Н. О., Чабанюк О. М., Сподарик Т. І. Фіскальне навантаження в національній економіці: динамічний аспект	292
Вахович І. М., Недопад Г. В. Аналіз та оцінка рівня бюджетної ефективності адміністративних районів Волині	299

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

Сукачова-Труніна С. М. Оцінка тенденцій виробництва, реалізації й організації споживання продукції та послуг харчування	308
Кривешко О. В., Кундицька Г. С. Проблеми конкурентоспроможності малих форм роздрібно-торгівлі продуктами харчування в м. Львові	315
Портна О. В., Герегієва Г. Є. Сучасні міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку галузі виноробства як результат ефективної взаємодії стейкхолдерів.....	323
Оболенцева А. В., Вороніна О. О. Теоретико-методичні аспекти управління балансом інтересів виробників і споживачів рекреаційних послуг в Україні	330
Станкевич І. В., Поліщук І. І., Борисевич Є. Г. Розвиток маркетингових досліджень задоволеності вимог стейкхолдерів організації на засадах методичного інструментарію управління якістю.....	336
Чеморда П. О., Васюткіна Н. В. Сучасні підходи до формування стратегії маркетингу соціальних медіа.....	346

CONTENT

ECONOMIC THEORY

- Solodovnik O. O.** Main Approaches to Assessing the Economic and Financial security: The Essence and Directions of Improvement..... 6

GLOBALIZATION PROCESSES IN ECONOMICS

- Varfolomieiev M. O.** The Paradigm of Circular Economy in the Conditions of Ukraine 13

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

- Kondratenko N. O., Ternova I. A., Kolesnyk T. M.** The Theoretic-Methodical Aspects in Management of Foreign Economic Activity of Ukrainian Economic Entities 21

FOREIGN EXPERIENCE

- Zhabynets O. Yo., Sukhyi O. O.** Poland's Experience in Implementing the Structural Economic Policy of Cities..... 27

MECHANISMS OF REGULATION OF THE ECONOMY

- Laiko O. I.** The State regulation of Public Procurement in Ukraine in the Context of Reforms and Integration Processes..... 35

INNOVATIVE PROCESSES

- Luchko H. Yo.** Innovative Development in the Sphere of Trade 41

INVESTMENT PROCESSES

- Savitska O. P., Savitska N. V.** Capital Investment in the Economy of Lviv Region: Rating, Tendencies and Directions of Revitalization..... 48
- Shuliuk B. S.** Concession as a Form of Implementation of Public-Private partnership Projects in Ukraine and World-Wide..... 56

INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMICS

- Dudnyk O. O., Sokolovska Z. M.** Modern Technologies for Management of Outsourcing IT Projects..... 62
- Vasyliv V. B., Shvets F. D., Khomenchuk A. A.** Creating a Catalog of IT Services of Universities Based on ITIL Standards 72

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING

- Pilko A. D., Kramar V. R.** The Impact of Monetary Policy on the Financial Stability of the Banking System: Setting a Modeling Problem 81
- Hubanova I. V.** Features of Modeling the Probability of Bankruptcy Using Discriminant Models with Application in Economic Forensics..... 88

EDUCATION AND SCIENCE

- Shchetinina L. V., Rudakova S. H., Danylevych N. S.** Monastyrska K. R. Digitalization of the Educational Process: The Views of Students..... 94
- Kiriukhina M. V., Vodolazska N. V.** Gender Equality Among Cadets and Students of Aviation and Technical Higher Education Institutions..... 99

- Shepel T. V.** Educational Migration of Student Youth: Challenges and Consequences for Ukraine 104
- Skrypnyk A. V., Nehrey M. V., Petrenko A. A.** Analyzing the Demand for Educational Services of Higher Education Institutions in Terms of Individual Specialties..... 111

REGIONAL ECONOMY

- Bril M. S., Pyvavar I. V.** Technologies for Researching the Level of Economic Sustainability of Regional System..... 119

ECONOMICS OF INDUSTRY

- Orlova O. M.** Risks of Industrial Enterprises in the Context of the COVID-19 Pandemic 131

AGRICULTURAL ECONOMICS AND AGRIBUSINESS

- Kudryashova S. V., Taran O. M.** Influence of Mergers and Acquisitions Processes on the Competitiveness of the Agricultural Sector 138
- Strapchuk S. I.** The Ecological Component of Sustainable Development of Agriculture..... 143

ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES

- Yevtushenko O. V., Haponenko H. I., Shamara I. M.** Analyzing the Tourism Demand in Ukraine: The Current Status and Prospects 152
- Chorna M. V., Volosov A. M., Rieznyk M. O.** The Scientific-Methodical Aspects of Identifying the Sources of Competitive Advantages for Retail Enterprises 161
- Vlashchenko N. M., Riabiev A. A., Tonkoshkur M. V.** Development of Business Processes in the Sanatorium-Resort Sphere 169

LABOR ECONOMICS AND SOCIAL POLICY

- Khandii O. O., Amosha O. O., Mosiichuk D. O.** The Gender Features of the Labor Market in the Context of the COVID-19 Pandemic..... 176
- Shifrina N. I.** The Adequacy of Setting the Level of Minimum Wage in Ukraine..... 183
- Bondarenko O. M., Tardaskina T. M., Bogatyryova L. D.** Researching the Development of Remote Work in the Context of the COVID-19 Pandemic 190

ECONOMICS OF TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

- Yanchuk M. B., Pron S. V., Fedyna V. P., Cherednichenko K. V.** The Scientific-Methodological Approaches to Transport Risks Management in Multimodal Freight Transportations..... 198

ECONOMICS OF ENTERPRISE

- Zavgorodnii I. V.** Performance Indicators of Enterprises as Systems at the Micro Level: An Updated Paradigm in the Context of «Structure – System» 210
- Horbas I. M., Linnik M. S.** Automation of Enterprise Business Processes Using the Method of Stochastic Modeling and WorkFlow Techniques – EPC..... 216

ACCOUNTING AND AUDITING

Ivanenko V. O., Laichuk S. M. Matrix Methods in Assessing the Feasibility of Accounting Outsourcing.....	223
Davidyuk A. A., Kambur I. V. Implementing the State Budget Accounting Policy with the Use of Automated Systems in Ukraine	232
Karpushenko M. Yu., Shakhverdyan D. S. Features of the Display of Social and Labor Indicators in the Integrated Reporting.....	239
Hnatiuk O. M., Bala O. I. National and Foreign Experience of Stocks Management: The Accounting Aspect.....	244
Momot T. V., Illiashenko O. V. The Methodical and Organizational Provision of Internal Audit of Revenues and Expenses for the Communal Non-Profit Healthcare Enterprises.....	249

FINANCE, MONEY CIRCULATION AND CREDIT

Drepin A. V. The Priorities for Increasing the Efficiency of the Local Budgets' Formation	256
Kvasha O. V. The Features of Capital Management in Joint Stock Companies	266
Abramova I. V. The Achievements, Problems and Prospects of Functioning and Circulation of Agricultural Receipts in Ukraine.....	273
Hnydiuk I. V., Umanets L. V., Goncharenko T. V. Assessing the Personal Income Tax as a Fiscal Indicator.....	279
Rohanova H. O., Yaryna V. V. Determining the Financial Strategy of the Confectionery Industry Enterprise When Analyzing Its Financial Sustainability.....	286

Loboda N. O., Chabaniuk O. M., Spodaryk T. I. Fiscal Burden in the National Economy: A Dynamic Aspect.....	292
Vakhovych I. M., Nedopad H. V. Analyzing and Assessing the Level of Budget Efficiency of Administrative Districts of Volyn	299

MANAGEMENT AND MARKETING

Sukacheva-Trunina S. M. Assessing the Tendencies in the Production, Sales and Organization of Consumption of Food Products and Services	308
Kryveshko O. V., Kunditskaja G. S. Problems of Competitiveness of Small Forms of Food Retail in Lviv	315
Portna O. V., Herehiieva H. Ye. Modern International and Domestic Tendencies in the Development of Winemaking Industry as Result of Efficient Interaction of Stakeholders	323
Obolentseva L. V., Voronina O. O. The Theoretical and Methodological Aspects of Managing the Balance of Interests of Producers and Consumers of Recreational Services in Ukraine	330
Stankevych I. V., Polishchuk I. I., Borysevych E. H. Developing the Marketing Research as to Satisfaction of Requirements of Organization's Stakeholders on the Basis of Methodical Instrumentarium of Quality Management	336
Chemorda P. O., Vasiutkina N. V. Modern Approaches to Formation of a Social Media Marketing Strategy	346

- realizatsii* [Regional Policy of Development of Recreational Sphere: Mechanism of Formation and Realization]. Lutsk: Nadstyria, 2006.
- Humeniuk, Yu. P. "Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizmy stymuliuvannya rozvytku rekreatsino-turystychnoho kompleksu (na prykladі Ternopil'skoi oblasti)" [Organizational and Economic Mechanisms to Stimulate the Development of Recreational and Tourist Complex (On the Example of Ternopil Region)]: *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk*: 08.10.01, 2005.
- Kotenko, T. M. "Sotsialna diahnozyka natsionalnoi sfery rekreatsii ta turyzmu" [Social Diagnostics of the National Sphere of Recreation and Tourism]. *Ekonomist*, no. 3 (2016): 16-22.
- Lyashenko, V. I. *Regulirovaniye razvitiya ekonomicheskikh sistem: teoriya, rezhimy, instituty* [Regulation of the Development of Economic Systems: Theory, Regimes, Institutions]. Donetsk: DonNTU, 2006.
- Maistro, S. V., and Dombrovska, S. M. *Osoblyvosti derzhavnoho upravlinnia rekreatsiniym turyzmom Ukrainy* [Features of State Management of Recreational Tourism of Ukraine]. Kharkiv, 2017.
- Stechenko, D. M., and Bezuhlyi, I. V. "Naukovi aspekty udoskonalennia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu rehuliuвання sfery nadannia rekreatsino-turystychnykh posluh" [Scientific Aspects of Improvement of Organizational-Economic Mechanism of Regulation Sphere of the Provision of Recreation and Tourism Services]. *Rehionalna ekonomika*, no. 4 (2013): 157-166. http://www.re.gov.ua/re201304/re201304_157_StechenkoDM,BezughlyIV.pdf
- Zakharin, S. "Orhanizatsiino-ekonomichni chynnyky rozvytku sfery turyzmu ta kurortiv v Ukraini" [Organizational and Economic Factors for Development of Tourism and Resorts in Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriia «Turyzm»*, no. 2 (2018): 57-66. DOI: 10.31866/2616-7603.2.2018.154435

УДК 338.47:331.108.43

JEL: I23; M11; M31

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЗАДОВОЛЕНІСТІ ВИМОГ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ЗАСАДАХ МЕТОДИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

©2021 СТАНКЕВИЧ І. В., ПОЛІЩУК І. І., БОРИСЕВИЧ Є. Г.

УДК 338.47:331.108.43

JEL: I23; M11; M31

Станкевич І. В., Поліщук І. І., Борисевич Є. Г. Розвиток маркетингових досліджень задоволеності вимог стейкхолдерів організації на засадах методичного інструментарію управління якістю

Мета статті полягає в адаптації до використання методичного інструментарію управління якістю для розвитку маркетингових досліджень щодо виявлення задоволеності вимог стейкхолдерів результатами діяльності організації, забезпечуючи ґрунтовне прийняття управлінських рішень у напрямку впливу на поведінку останніх. У ході проведених авторами досліджень, узагальнень наукових праць у площині методичного інструментарію маркетингу з'ясовано, що застосування такого інструменту управління якістю, як SERVQUAL, забезпечує не просто розвиток проведення самих маркетингових досліджень, а створює передумови для «маркетингу відносин» стейкхолдерів з організацією. Відповідно до наведеного в роботі прикладу адаптації методичного інструментарію SERVQUAL до сфери освітнього бізнесу на прикладі освітньої організації проліюстровано, як цей інструмент може забезпечити підвищення рівня конкурентоспроможності вишу за рахунок поліпшення різних споживчих характеристик і диференціації споживчої цінності освітніх послуг, яка, своєю чергою, включає: диференціацію освітньої послуги з орієнтацією на поточний незадовільний попит і перспективний прогноз в освітніх послугах, тобто впровадження нових типів послуг; диференціацію споживчих властивостей уже існуючої освітньої послуги; диференціацію каналів збуту послуги – залучення нових категорій стейкхолдерів. Універсальність запропонованого методичного інструментарію SERVQUAL забезпечує можливість розвитку маркетингових досліджень щодо задоволеності вимог стейкхолдерів у діяльності як освітніх організацій, так і підприємств та організацій різного рівня, форми власності, типу та сфери діяльності національної економіки, що і є напрямками подальших досліджень авторів статті.

Ключові слова: маркетингові дослідження, стейкхолдер, якість, інструмент SERVQUAL, конкурентоспроможність, освітня організація.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-2-336-345>

Рис.: 4. **Табл.:** 5. **Формул.:** 4. **Бібл.:** 15.

Станкевич Ірина Володимирівна – доктор економічних наук, доцент, завідувачка кафедри менеджменту та маркетингу, Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку (вул. Кузнечна, 1, Одеса, 65029, Україна)

E-mail: arnika@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3937-9145>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/4267946/iryna-stankevych/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57131121100>

Поліщук Ірина Ігорівна – доктор економічних наук, доцент, завідувачка кафедри маркетингу та реклами, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (вул. Соборна, 87, Вінниця, 21050, Україна)

E-mail: iip2016@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6939-8529>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1975872/iryna-polishchuk/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219255117>

Борисевич Євгенія Георгіївна – старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу, Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку (вул. Кузнечна, 1, Одеса, 65029, Україна)

E-mail: etiigrova@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4678-116X>

Stankevych I. V., Polishchuk I. I., Borysevych E. H. Developing the Marketing Research as to Satisfaction of Requirements of Organization's Stakeholders on the Basis of Methodical Instrumentarium of Quality Management

The article is aimed at adapting to the use of methodical instrumentarium of quality management for the development of marketing research to identify the satisfaction of stakeholder requirements with the results of the organization's activities, ensuring thorough managerial decisions in the direction of influencing the behavior of the latter. In the course of researches conducted by the authors, after generalizations of scientific publications in the field of methodical marketing instruments, it is specified that the use of such an instrument of quality management as SERVQUAL provides not only the development of conduct of the marketing research itself, but creates preconditions for the «marketing of relations» of stakeholders with the organization. In accordance with the exemplified in the presented article adaptation of the methodical instrumentarium of SERVQUAL to the sphere of educational business, the example of the educational organization illustrates how this instrument can ensure an increase in the level of competitiveness of the higher educational institution by improving various consumer characteristics and differentiating the consumer value of educational services, which, in turn, includes: differentiation of educational services with an orientation to the current unsatisfactory demand and perspective forecast in educational services, that is, the introduction of new differentiation of consumer properties of the existing educational service; differentiation of service sales channels – attracting new categories of stakeholders. The versatility of the proposed methodical instrumentarium of SERVQUAL provides an opportunity to develop marketing research as to satisfaction of stakeholder requirements in the activities of both educational organizations and enterprises along with organizations of various levels, forms of ownership, type and sphere of activity of the national economy, which is the directions of further research by the authors of the article.

Keywords: marketing research, stakeholder, quality, SERVQUAL, competitiveness, educational organization.

Fig.: 4. **Tabl.:** 5. **Formulae:** 4. **Bibl.:** 15.

Stankevych Iryna V. – D. Sc. (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Management and Marketing, University of Intellectual Technologies and Communications (1 Kuznechna Str., Odesa, 65029, Ukraine)

E-mail: arnika@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3937-9145>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/4267946/iryna-stankevych/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57131121100>

Polishchuk Iryna I. – D. Sc. (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Marketing and Advertising, Vinnitsa Institute of Trade and Economy of Kyiv National University of Trade and Economy (87 Soborna Str., Vinnytsia, 21050, Ukraine)

E-mail: iip2016@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6939-8529>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1975872/iryna-polishchuk/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219255117>

Borysevych Evgeniya H. – Senior Lecturer of the Department of Management and Marketing, University of Intellectual Technologies and Communications (1 Kuznechna Str., Odesa, 65029, Ukraine)

E-mail: etigrova@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4678-116X>

Сьогодні маркетингові дослідження є однією з головних функцій маркетингової діяльності будь-якої організації. Маркетингові дослідження забезпечують топ-менеджмент інформацією для прийняття управлінських рішень. Чим більш достовірною, точною й оперативною буде ця інформація, тим більше шансів в організації краще задовольнити потреби ключових стейкхолдерів, випередити своїх конкурентів і, тим самим, досягти успіху на ринку.

Особливого значення використання інструментарію маркетингових досліджень набуває в освітньому бізнесі, з огляду на те, що освітнім організаціям вкрай необхідно сьогодні в умовах жорсткої конкурентної боротьби підтримувати свою репутацію й утримувати лояльність своїх стейкхолдерів. Це обумовлено також і сучасними тенденціями розвитку освітніх організацій:

- ✦ продукт діяльності (освітні послуги) стають виходом, що споживається двома ринками – ринком освітніх послуг і ринком праці;
- ✦ швидкі зміни пріоритетів споживачів та інших стейкхолдерів у площині якості освітньої послуги та освітньої діяльності організації.

У площині маркетингових досліджень, спрямованих на визначення задоволеності потреб, інтересів та інших вимог стейкхолдерів, завданням освітніх

організацій є обрання такого оптимального та максимально ефективного методичного інструментарію, який би не тільки відповідав прогресивним вимогам споживачів освітніх послуг, але й дозволив би вищу досягати поставлених вигод і цілей з мінімально витраченими на це ресурсами.

Проблемам маркетингових досліджень діяльності підприємств та організацій присвячені праці Аксьонова І. М., Баши І. М., Сакун Г. О., Стрій Л. О., Тардаскіної Т. М., Хершгена Х. та інших [1–6]. Наразі в роботах науковців пропонуються різні методичні підходи та простежується різноманіття маркетингового інструментарію і до оцінки конкурентних переваг підприємств, і до аналізу бізнес-процесів, і до визначення задоволеності вимог стейкхолдерів у сфері як промислового виробництва, так і послуг.

Питання маркетингових досліджень діяльності освітніх організацій у сучасних умовах глобалізації, інтернаціоналізації та в ситуації, викликаній пандемією COVID-19, потребують поглибленого вивчення з метою забезпечення та підвищення рівня конкурентоспроможності цих установ на національному та світовому ринках освітніх послуг, тим самим обумовлюючи актуальність досліджень. Завдання, яке порушують автори цієї статті, спря-

моване на маркетингові дослідження у площині забезпечення якості діяльності освітньої організації та задоволеності її ключових стейкхолдерів в отриманні якісних освітніх послуг.

Мета статті полягає в адаптації методичного інструментарію управління якістю для розвитку маркетингових досліджень щодо виявлення задоволеності вимог стейкхолдерів результатами діяльності організації, забезпечуючи ґрунтовне прийняття управлінських рішень у напрямку впливу на поведінку останніх.

Традиційно маркетинговий інструментарій, застосовний до визначення конкурентних переваг організацій, представлений таким чином: графічний метод, SWOT-аналіз, ABC-аналіз, ADL-аналіз, матриця БКГ, метод експертних оцінок, радар конкурентоспроможності тощо, як зазначено в роботі [5]. У тому, що стосується маркетингових досліджень, спрямованих на визначення задоволеності вимог стейкхолдерів, зазвичай застосовують: інструменти пасивного маркетингу – через анкетування й опитування; моделі EPSI CSI, Мітчелла та модель Менделоу, які виокремлює автор статті [7], дають можливість визначити лояльність, розставити пріоритети та ідентифікувати значущість стейкхолдерів; балансова модель ресурсних відносин, мережева модель Rowley із системою показників відповідальності ASC тощо дають можливість знайти «баланс інтересів» між самою організацією та різними групами стейкхолдерів, як відмічено нами в статті [8]. Але для задіяння кожного із цих методів, моделей та інструментів необхідним є отримання кількісної інформації щодо якості виготовленої продукції (наданих послуг) і сприйняття цінності для стейкхолдерів.

Доволі широкий і різноманітний методичний інструментарій, який застосовується в управлінні якістю, можна групувати за цілями його застосування: інструменти контролю якості; інструменти управління якістю; інструменти аналізу якості; інструменти проектування якості тощо. З метою забезпечення сталого розвитку організації однією із обов'язкових умов у сучасних умовах має бути задоволення стейкхолдерів, що потребує вивчення їх зростаючих вимог і постійних поліпшень відповідно до сучасної концепції управління якістю. У цій площині необхідним є комплексний підхід до управління, спрямований на розробку та реалізацію рішень щодо постійного розвитку, орієнтований на вивчення та перетворення потреб споживача та вимог інших стейкхолдерів на бажані характеристики продукту.

Відповідно до результатів реферування ряду наукових джерел [9–12] у тому, що стосується вивчення та перетворення вимог стейкхолдерів, стосовно маркетингових досліджень, зокрема визначення кількісної оцінки рівня їх задоволення, доцільним є використання методичного інструменту управління якістю SERVQUAL (*Service Quality*), відповідно до якого

«сприйняття якості продукції (послуги) споживачем у момент її отримання відбувається по двох головних напрямках: що споживач одержує від послуги (технічний аспект якості) та як споживач одержує послугу (функціональний аспект якості)» [13].

Сприйняття стейкхолдерами функціонального та технічного аспектів якості відбувається на основі своєрідних п'ятиступінчастих сходів (*рис. 1*):

- ✦ 1 ступінь – розрив між очікуваннями стейкхолдерів щодо якості продукції (послуги) та реакцією керівництва організації на ці очікування;
- ✦ 2 ступінь – розрив між розумінням керівництвом організації очікувань стейкхолдерів і процесом управління якістю;
- ✦ 3 ступінь – розрив між управлінням якістю та невідповідністю персоналу організації дотримуватися встановлених стандартів і критеріїв якості;
- ✦ 4 ступінь – розрив між існуючою на підприємстві системою управління якістю та міжнародними (національними) стандартами та критеріями якості;
- ✦ 5 ступінь (найголовніший) – розрив між очікуваннями стейкхолдерів щодо якості продукції (послуги) та її реальним виконанням (наданням) [13].

Очікування стейкхолдерів щодо якості або підтверджуються, або ні. Остання ситуація призводить до переходу стейкхолдерів до конкурентів, а також до збільшення витрат на маркетинг для залучення нових стейкхолдерів замість тих, що пішли. Підтвердження очікувань веде до довгострокової лояльності стейкхолдерів до організації, що іноді називається «маркетингом відносин».

Маркетинг відносин забезпечує довгостроковий успіх організації за рахунок стабільної прибутковості, заснованої на розвитку та підтримці довгострокових зв'язків і на лояльності стейкхолдерів, а також за рахунок скорочення витрат на маркетинг для залучення нових клієнтів.

Ключові групи стейкхолдерів освітньої організації поділяються на внутрішніх і зовнішніх, які, своєю чергою, представлені стейкхолдерами, що зображені на схемі *рис. 2*.

Дослідження авторів робіт [1; 2; 8; 9; 14; 15] показали, що стейкхолдери оцінюють функціональні та технічні аспекти якості послуг, що надаються освітніми організаціями, з точки зору таких сторін (критеріїв):

- ✦ *матеріальність* (оснащеність: оргтехніка, інтер'єри приміщень, зовнішній вигляд персоналу, інформаційні матеріали);
- ✦ *надійність* (точне надання заявленої послуги, змістовно та в строк);
- ✦ *чуйність* (індивідуалізація надання освітньої послуги);

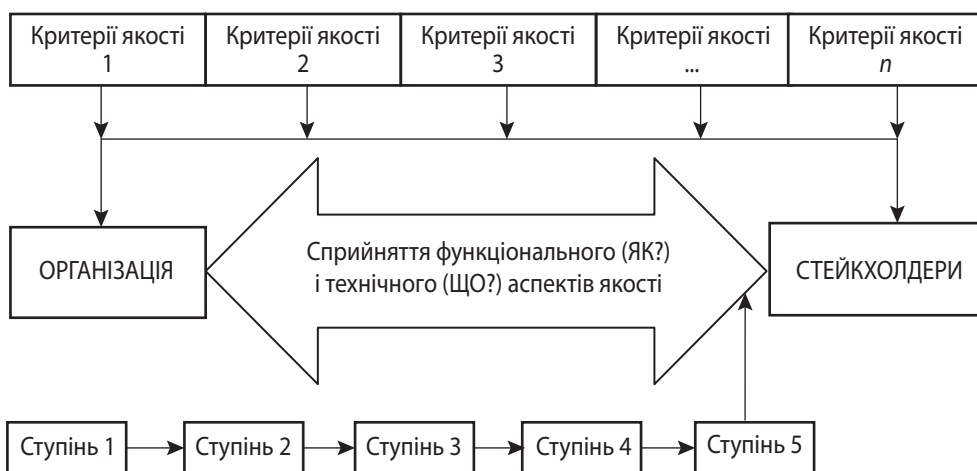


Рис. 1. Методичний інструмент SERVQUAL сприйняття стейкхолдерами якості продукції (послуги)

Джерело: складено на основі узагальнення матеріалів [13].



Рис. 2. Групи стейкхолдерів освітньої організації [9]

- ✦ *впевненість* (компетентність, відповідальність, упевненість і ввічливість персоналу);
- ✦ *лояльність* (щирість та індивідуальний підхід до кожного стейкхолдера).

Для задіяння в маркетингових дослідженнях організації методичного інструменту управління якістю SERVQUAL необхідним є анкетування ключових груп стейкхолдерів, яке складається з двох частин. Спочатку їх просять висловити свої очікування щодо якості продукції (послуги), потім клієнтові необхідно оцінити фактичне сприйняття кожного з критеріїв, за якими оцінюється якість.

На наступному етапі розраховується розмір розходження між очікуваною та реальною якістю за формулою (1):

$$Q = P - E, \quad (1)$$

де Q – індикатор якості; P – сприйняття; E – очікування [13].

Якщо індикатор якості Q має нульове значення, то можна сказати, що очікування клієнта збігаються з сприйнятою фактичною якістю. При більшому значенні очікування E індикатор якості Q буде негативним. При більшому значенні сприйняття P – позитивним. Нульові та позитивні індикатори коефіцієнтів якості Q вважаються успішними. Індикатори, набли-

жені до нуля, – задовільними. Негативні індикатори – незадовільними [13].

Недоліком методичного інструментарію є те, що оцінка задоволеності стейкхолдерів обмежується оцінкою якості продукції (послуг), що є недостатнім для отримання висновків щодо задоволеності клієнтів діяльністю організації. Для отримання комплексної оцінки задоволеності стейкхолдерів необхідно модифікувати модель SERVQUAL шляхом введення додаткових відносних коефіцієнтів оцінки якості послуг. Авторами статті проведено адаптацію методичного інструментарію управління якістю SERVQUAL на прикладі однієї із освітніх організацій – лідерів південного регіону України, що забезпечує підготовку здобувачів для ринку послуг зв'язку та інформатизації. Для цілей дослідження ключовими стейкхолдерами обрано самих здобувачів освітніх послуг і працівників освітньої організації. За результатами проведеного анкетування зазначених груп стейкхолдерів щодо виявлення задоволеності їх вимог до результатів діяльності освітньої організації отримано таке (рис. 3, рис. 4).

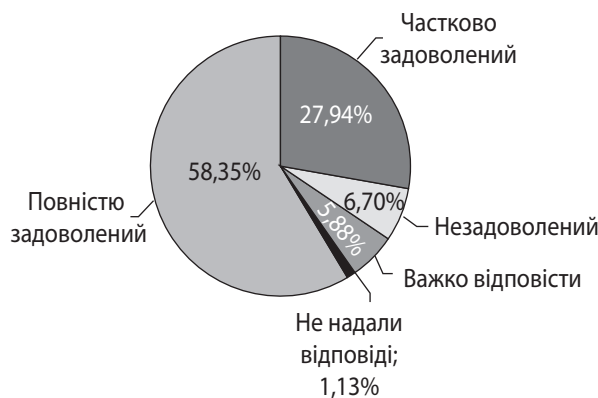


Рис. 3. Задоволеність вимог працівників діяльністю освітньої організації

Джерело: авторська розробка.



Рис. 4. Задоволеність вимог здобувачів діяльністю освітньої організації

Джерело: авторська розробка.

Обравши за основу методичний інструмент SERVQUAL, проводяться розрахунки коефіцієнтів якості кожного критерію, а також у цілому освітньої організації. Перевагою інструменту SERVQUAL є можливість його модифікації та адаптації під будь-які потреби.

По-перше, необхідно згрупувати аспекти якості, які були нами обрані для визначення задоволеності працівників і здобувачів освіти, на п'ять груп критеріїв згідно з SERVQUAL. Групування критеріїв наведено в табл. 1 і табл. 2 для працівників та здобувачів відповідно.

Респондентам було запропоновано відповісти на кожне питання, використовуючи шкалу оцінок від 0 до 5, де 0 – незадоволений, а 5 – повністю задоволений.

За допомогою розрахунку середньої арифметичної зваженої розраховуємо оцінку кожного критерію. Розрахунок проводиться за формулою (2):

$$Q_j = \frac{\sum x_i f_i}{\sum f_i}, \quad (2)$$

де Q_j – якість критерію j ; x_i – оцінка, яку поставив респондент; f_i – частота повторень оцінки.

Далі необхідно розрахувати середню оцінку по кожній групі згідно з SERVQUAL за формулою (3):

$$Q_i = \frac{\sum_{k=1}^j Q_j}{k}, \quad (3)$$

де Q_i – коефіцієнт якості групи критеріїв i ; k – кількість критеріїв.

Отримавши середню оцінку по кожному з групи критеріїв, розраховуємо загальну оцінку якості діяльності освітньої організації за формулою (4):

$$Q_{заг} = \frac{\sum_{i=1}^5 Q_i}{5}, \quad (4)$$

де $Q_{заг}$ – загальна оцінка задоволеності стейкхолдерів.

Оскільки наше анкетування не передбачає отримання очікуваної оцінки, яка необхідна для розрахунку коефіцієнта якості за SERVQUAL, за очікуваний результат ми приймемо максимальну найвищу оцінку 5. Таким чином, побачимо розходження реальної задоволеності стейкхолдерів від ідеальної. Розрахунок розходження якості по відношенню до ідеалу проводиться за формулою (3), де очікування завжди буде дорівнювати 5. Позначимо розходження з ідеалом символом Q_2 . Проведемо розрахунки рівня задоволеності працівників і здобувачів. Зведені результати розрахунків наведено в табл. 3 і табл. 4.

За допомогою розрахунку рівня задоволеності працівників за SERVQUAL бачимо, яка з основних груп критеріїв, на їх думку, є найслабшою. Найнижчий бал отримала група «Відчутність», в яку входить

Групування критеріїв задоволеності працівників освітньої організації

Критерії якості згідно з методичним інструментом SERVQUAL	Аспекти задоволеності
Відчутність	Умови організації праці та оснащеність робочого місця
	Охорона праці та її безпека
Надійність	Відносини з керівництвом підрозділу
	Умови оплати праці
Чуйність	Ступень участі в управлінських процесах
	Доступність інформації про життя освітньої організації
Впевненість	Умови та можливості підвищення кваліфікації
	Можливість займатися науковою та творчою діяльністю
Лояльність	Морально-психологічна атмосфера в колективі
	Визнання успіхів та досягнень

Джерело: авторська розробка.

Таблиця 2

Групування критеріїв задоволеності здобувачів освіти

Критерії якості згідно з методичним інструментом SERVQUAL	Аспекти задоволеності
Відчутність	Оснащення сучасними технічними засобами навчання (матеріально-технічна інфраструктура)
	Система організації харчування, медичне та інше обслуговування
Надійність	Доступність викладання дисциплін і зміст навчання
	Організація навчальної (виробничої, переддипломної) практики
Чуйність	Ступень участі в управлінні змінами в діяльності освітньої організації
	Доступність інформації про життя освітньої організації
Впевненість	Можливість вибору навчальних дисциплін
	Роль освітньої організації в суспільстві та у відповідній професійній сфері діяльності
Лояльність	Організація наукових і спортивних заходів, а також художньої самодіяльності
	Міжособистісні стосунки із викладачами

Джерело: авторська розробка.

оснащеність робочого місця та умови праці. Найвищий бал отримала група «Лояльність», тобто можемо зробити висновок, що морально-психологічна атмосфера в колективі наближена до ідеалу найбільше. Подібні розрахунки можуть стати підґрунтям для формування стратегії щодо підвищення якості, виявлення слабких і сильних сторін і розробки рекомендацій щодо покращення задоволеності вимог працівників освітньої організації.

За результати розрахунків рівня задоволеності діяльністю освітньої організації здобувачів найвищу оцінку отримала група критеріїв «Лояльність», а найнижчу – група «Відчутність». Простежується аналогія з результатами розрахунків рівня задоволеності працівників. І у працівників, і у здобувачів

найбільшу задоволеність викликає позитивна атмосфера в колективі, міжособистісні стосунки, проведення спортивних і розважальних заходів. Але дуже важливим недоліком є матеріальне оснащення робочих місць як у працівників, так і у здобувачів, що, відповідно до комплексу маркетингу «7Р», свідчить про недосконалість такого елемента маркетингу, як матеріальні свідчення (*physical evidence*) – оточення: зовнішній вигляд будівлі, меблі, технічне оснащення тощо), що є визначальними факторами процесів надання освітніх послуг на рівні очікувань споживачів послуг.

Для більш детального дослідження задоволеності діяльності освітньої організації різних груп стейкхолдерів необхідна розробка більш розгорнутої анкети, яка буде містити аналогічну до моделі SERVQUAL кількість питань. Крім цього, дуже важ-

Розрахунок рівня задоволеності працівників діяльністю освітньої організації

Критерій якості	Q_j	Q_{id}	Q_2
1) Відчутність			
Умови організації праці та оснащеність робочого місця	2,93	5	-2,07
Охорона праці та її безпека	3,39	5	-1,61
Загальна оцінка по групі	3,16	5	-1,84
2) Надійність			
Відносини з керівництвом підрозділу	4,52	5	-0,48
Умови оплати праці	2,45	5	-2,55
Загальна оцінка по групі	3,49	5	-1,51
3) Чуйність			
Ступень участі в управлінських процесах	3,55	5	-1,45
Доступність інформації про життя освітньої організації	4,07	5	-0,93
Загальна оцінка по групі	3,81	5	-1,19
4) Впевненість			
Умови та можливості підвищення кваліфікації	3,27	5	-1,73
Можливість займатися науковою та творчою діяльністю	3,53	5	-1,47
Загальна оцінка по групі	3,4	5	-1,6
5) Лояльність			
Морально-психологічна атмосфера в колективі	4,04	5	-0,96
Визнання успіхів і досягнень	3,64	5	-1,36
Загальна оцінка по групі	3,84	5	-1,16
Загальна оцінка задоволеності діяльністю	3,54	5	-1,46

Джерело: авторська розробка.

ливо розробити однакові питання для здобувачів і працівників, що дасть змогу більш поглибленого аналізу задоволеності або незадоволеності різними аспектами діяльності освітньої організації. Також це дозволить вивчити реакцію відмінних груп стейкхолдерів на однакові критерії якості.

Розроблена авторами анкета наведена в табл. 5 (заповнений у ході опитування приклад). Критерій «Відчутність» представлений питаннями 1–5, «Надійність» – питаннями 6–9, «Чуйність» – питаннями 10–13, «Впевненість» – питаннями 14–17, «Лояльність» – питаннями 18–22.

Анкету такого типу можна використовувати для подальших маркетингових досліджень рівня задоволеності стейкхолдерів діяльністю освітньої організації.

ВИСНОВКИ

У ході проведених нами досліджень, узагальнень наукових праць у площині методичного інструментарію маркетингу застосування такого інструменту управління якістю, як SERVQUAL, забезпечує не просто розвиток проведення самих маркетингових

досліджень, а створює передумови для «маркетингу відносин» стейкхолдерів до організації.

Відповідно до наведеного в роботі прикладу адаптації методичного інструментарію SERVQUAL до сфери освітнього бізнесу на прикладі освітньої організації це забезпечить можливість підвищити рівень конкурентоспроможності вишу за рахунок поліпшення різних споживчих характеристик і диференціації споживчої цінності освітніх послуг, яка включає: диференціацію освітньої послуги з орієнтацією на поточний незадовільний попит і перспективний прогноз в освітніх послугах, тобто впровадження нових типів послуг; диференціацію споживчих властивостей вже існуючої освітньої послуги; диференціацію каналів збуту послуги – залучення нових категорій стейкхолдерів.

Універсальність запропонованого методичного інструментарію SERVQUAL забезпечує можливість розвитку маркетингових досліджень щодо задоволеності вимог стейкхолдерів у діяльності як освітніх організацій, так і підприємств і організацій різного рівня, форми власності, типу та сфери діяльності національної економіки, що і є напрямками подальших досліджень авторів статті. ■

Розрахунок рівня задоволеності здобувачів діяльністю освітньої організації

Критерій якості	Q_i	Q_{id}	Q_2
1) Відчутність			
Оснащення сучасними технічними засобами навчання (матеріально-технічна інфраструктура)	2,45	5	-2,55
Система організації харчування, медичне та інше обслуговування	3,19	5	-1,81
Загальна оцінка по групі	2,82	5	-2,18
2) Надійність			
Доступність викладання дисциплін і зміст навчання	3,41	5	-1,59
Організація навчальної (виробничої, переддипломної) практики	3,06	5	-1,94
Загальна оцінка по групі	3,24	5	-1,76
3) Чуйність			
Ступень участі в управлінні змінами в діяльності освітньої організації	3,22	5	-1,78
Доступність інформації про життя освітньої організації	3,6	5	-1,4
Загальна оцінка по групі	3,41	5	-1,59
4) Впевненість			
Можливість вибору навчальних дисциплін	3,13	5	-1,87
Роль освітньої організації в суспільстві та у відповідній професійній сфері діяльності	3,3	5	-1,7
Загальна оцінка по групі	3,22	5	-1,78
5) Лояльність			
Організація наукових і спортивних заходів, а також художньої самодіяльності	3,8	5	-1,2
Міжособистісні стосунки із викладачами	3,76	5	-1,24
Загальна оцінка по групі	3,78	5	-1,22
Загальна оцінка задоволеності діяльністю	3,29	5	-1,71

Джерело: авторська розробка.

ЛІТЕРАТУРА

- Аксенов І. М. Проблеми вищого образования и их последствия для Украины // Матеріали Всеукр. наук.-прак. конф. «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи» (м. Львів, 29 листопада, 2016 р.). Львів, 2016. С. 29–38. URL: http://li-aup.edu.lviv.ua/uploads/media/content/zbirnyk_li_maup_part_3.pdf
- Баша І. М. Маркетингові дослідження на ринку освітніх послуг : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2015. 237 с.
- Саун Г. О., Калугіна Н. А., Власик С. В. Маркетинговий підхід до аналізу бізнес-процесів організації. *Економіка та суспільство*. 2018. № 17. С. 354–360. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-52>
- Striy L. A., Stankevich I. V., Agamedova L. The modern marketing environment of the Azerbaijani telecommunication enterprise. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2018. Вип. 2. С. 138–143. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.2\(52\).138-143](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.2(52).138-143)
- Тардаскіна Т. М., Станкевич І. В., Івасілевич С. І. Маркетинговий інструментарій визначення конкурентних переваг операторів поштового зв'язку. *Проблеми економіки транспорту*. 2018. Вип. 15. С. 69–82. URL: https://biblio.onat.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2362/Tardaskina_Stankevich_Ivasilevich.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха : учебник для вузов / пер. с нем. М. : ИНФРА-М, 2000. 334 с.
- Петров М. А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения. *Вестник СПбГУ. Серия 8 : Менеджмент*. 2004. Вип. 2 (№ 16). 2004. С. 51–68.
- Станкевич І. В., Кудрявцева Ж. О. Особливості розвитку системи управління якістю освітньої організації на засадах теорії зацікавлених сторін // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Фінансова система та економічна безпека: стан, проблеми, ефективність» (м. Київ, 23 листопада 2019 р.). Київ : Аналітичний центр «Нова Економіка», 2019. С. 89–92.
- Станкевич І. В. Управління діяльністю освітньої організації на засадах багатовимірного оцінювання якості: теорія, методологія та практика : монографія. Одеса : Бондаренко М. О., 2017. 442 с.
- Системы, методы и инструменты менеджмента как качества : учеб. пособие / Кане М. М., Иванов Б. В., Корешков В. Н. и др. СПб. : Питер, 2008. 560 с.

Анкета виявлення задоволеності вимог стейкхолдерів (приклад)

При заповненні анкети, в графі того варіанта відповіді на запитання, з оцінкою якого Ви згодні, поставте «X» (у кожному питанні (рядку таблиці) допускається тільки одна відповідь). Анкетування проводиться анонімно, всі дані будуть наведені в узагальненому вигляді після обробки на ЕОМ, тому просимо Вас відповідати щиро та сумлінно на всі питання анкети.						
Оцініть, наскільки Ви задоволені....						
Критерій	Рівні задоволеності / бали					
	повністю задоволений		частково задоволений		важко відповісти	не задоволений
	5	4	3	2	1	0
1. Зовнішнім виглядом і станом начальних приміщень та аудиторій		X				
2. Оснащеністю сучасними технічними засобами навчання (матеріально-технічною інфраструктурою)			X			
3. Наявністю в бібліотечному фонді сучасної наукової літератури, журналів та збірників наукових статей		X				
4. Методичною базою знань по кожній з дисциплін		X				
5. Системою організації харчування, медичного та іншого обслуговування (соціальною інфраструктурою)			X			
6. Організацією освітнього процесу, виконанням навчального плану	X					
7. Рівнем матеріального заохочування за досягнення в науці та освітньому процесі			X			
8. Налагодженістю зворотного зв'язку з керівництвом освітньої організації		X				
9. Репутацією освітньої організації в науковому середовищі	X					
10. Ступенем участі в управлінні змінами в діяльності освітньої організації			X			
11. Доступністю інформації про життя вашої освітньої організації		X				
12. Організацією комунікацій між викладачами та студентами			X			
13. Організацією навчального графіка, розподілом аудиторного часу та часу на самостійну роботу			X			
14. Можливістю займатися науковою та творчою діяльністю		X				
15. Сприянням освітньої організації проведенню наукових конференцій, симпозіумів, круглих столів	X					
16. Ефективністю взаємодії адміністрації освітньої організації з підприємствами, іншими закладами з метою співробітництва			X			
17. Наявністю додаткових факультативів для підвищення рівня професійних знань (іноземна мова та інше)			X			
18. Морально-психологічною атмосферою в колективі		X				
19. Системою заохочувань досягнень в освітньому процесі			X			
20. Міжособистісними стосунками між викладачами та студентами					X	
21. Організацією позанавчальних заходів із залученням викладачів та студентів				X		
22. Проведенням міжвузівських заходів з метою обміну досвідом			X			
Ваш вік:						
від 18 до 30	X					
від 31 до 40						
від 41 до 50						
понад 50						
Ваша стать:						
чоловіча	X					
жіноча						
<i>Що, на Вашу думку, необхідно зробити для підвищення рівня якості діяльності освітньої організації та рівня задоволеності (напишіть, за бажанням)</i>	Удосконалити систему комунікацій між студентами та викладачами, зробити її більш неформальною з використанням можливостей сучасних мобільних застосунків					
Дякуємо за участь у дослідженні!						

Джерело: авторська розробка.

11. Ефимов В. В. Сборник методов поиска новых идей и решений управления качеством. Ульяновск : УлГТУ, 2011. 194 с.
12. Управление качеством продукции. Инструменты и методы менеджмента качества : учеб. пособ./ Пономарев С. В., Мищенко С. В., Белобрагин В. Я. и др. М. : РИА «Стандарты и качество», 2005. 248 с.
13. Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L. Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*. 1988. Vol. 64. No. 1. P. 12–40. URL: https://nadiamarketing.com.br/site/wp-content/uploads/2019/01/d___nadia__parasuraman198874599.pdf
14. Ольшанцева Т. О., Бритченко И. Г. Методи підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг вищих навчальних закладів // «Актуальні питання підвищення конкурентоспроможності держави, бізнесу та освіти в сучасних економічних умовах» : матеріали 1-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 14–15 лютого 2013 р.) : у 3-х т. Дніпропетровськ : Біла К. О., 2013. Т. 1: Теоретичні та практичні питання. С. 102–104. URL: http://www.confcontact.com/20130214_econ/2_olshantseva.htm
15. Віткін Л. М., Лаптев С. М., Хімичева Г. І. Концептуальна модель оцінювання якості підготовки випускника ВНЗ. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2003. № 3. С. 69–73.

REFERENCES

- Aksenov, I. M. "Problemy vyssheho obrazovaniya i ikh posledstviya dlya Ukrainy" [Higher Education Problems and Their Implications for Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia v umovakh systemnoi kryzy*. 2016. http://li-aup.edu.lviv.ua/uploads/media/content/zbirnyk_li_maup_part_3.pdf
- Basha, I. M. "Marketynhovi doslidzhennia na rynku osvitnikh posluh" [Marketing News on the Market of Consumer Services]: *dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04*, 2015.
- Kane, M. M. et al. *Sistemy, metody i instrumenty menedzhmenta kachestva* [Quality Management Systems, Methods and Tools]. St. Petersburg: Piter, 2008.
- Khershgen, Kh. *Marketing: osnovy professionalnogo uspekha* [Marketing: The Basics of Professional Success]. Moscow: INFRA-M, 2000.
- Olshantseva, T. O., and Brytchenko, I. H. "Metody pidvyshchennia konkurentospromozhnosti osvitnikh posluh vyshchikh navchalnykh zakladiv" [Methods of Increasing the Competitiveness of Educational Services of Higher Educational Institutions]. *Aktualni pytannia pidvyshchennia konkurentospromozhnosti derzhavy, biznesu ta osvity v suchasnykh ekonomichnykh umovakh*. 2013. http://www.confcontact.com/20130214_econ/2_olshantseva.htm
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. "Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality". *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1 (1998): 12-40. https://nadiamarketing.com.br/site/wp-content/uploads/2019/01/d___nadia__parasuraman198874599.pdf
- Petrov, M. A. "Teoriya zainteresovannykh storon: puti prakticheskogo primeneniya" [Stakeholder Theory: Ways of Practical Application]. *Vestnik SPbGU. Seriya 8 : Menedzhment*, no. 2(16) (2004): 51-68.
- Ponomarev, S. V. et al. *Upravleniye kachestvom produkcii. Instrumenty i metody menedzhmenta kachestva* [Product Quality Management. Quality Management Tools and Methods]. Moscow: RIA «Standarty i kachestvo», 2005.
- Sakun, H. O., Kaluhina, N. A., and Vlasyk, S. V. "Marketynhovi pidkhdid do analizu biznes-protseviv orhanizatsii" [Marketing Approach to the Analysis of Business Processes of the Organization]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 17 (2018): 354-360. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-52>
- Stankevych, I. V. *Upravlinnia diialnistiu osvitynoi orhanizatsii na zasadakh bahatovymirnoho otsiniuvannia yakosti: teoriia, metodolohiia ta praktyka* [Management of Educational Organization on the Basis of Multidimensional Quality Assessment: Theory, Methodology and Practice]. Odesa: Bondarenko M. O., 2017.
- Stankevych, I. V., and Kudriavtseva, Zh. O. "Osoblyvosti rozvytku systemy upravlinnia yakistiu osvitynoi orhanizatsii na zasadakh teorii zatsikavlenykh storin" [Features of the Development of the Quality Management System of the Educational Organization on the Basis of the Theory of Interested Parties]. *Finanova systema ta ekonomichna bezpeka: stan, problemy, efektyvnist*. Kyiv: Analitichnyi tsentr «Nova Ekonomika», 2019. 89-92.
- Striy, L. A., Stankevich, I. V., and Agamedova, L. "The modern marketing environment of the Azerbaijani telecommunication enterprise". *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya «Ekonomika»*, no. 2 (2018): 138-143. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.2\(52\).138-143](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.2(52).138-143)
- Tardaskina, T. M., Stankevych, I. V., and Ivasilievich, S. I. "Marketynhovi instrumentarii vyznachennia konkurentnykh perevah operatoriv poshtovoho zviazku" [Marketing Tools for Determining Competitive Advantages of Postal Operators]. *Problemy ekonomiky transportu*, is. 15 (2018): 69-82. https://biblio.onat.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2362/Tardaskina__Stankevich__Ivasilievich.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vitkin, L. M., Laptiev, S. M., and Khimicheva, H. I. "Kontseptualna model otsiniuvannia yakosti pidgotovky vypusknika VNZ" [Conceptual Model for Assessing the Quality of University Graduate Training]. *Standartyzatsiia, sertyfikatsiia, iakist*, no. 3 (2003): 69-73.
- Yefimov, V. V. *Sbornik metodov poiska novykh idey i resheniy upravleniya kachestvom* [Collection of Methods for Finding New Ideas and Quality Management Solutions]. Ulyanovsk: UIGTU, 2011.