

## ВІДГУК

офіційного опонента кандидата педагогічних наук, професора

**Козлової Олени Григорівни**

на дисертацію **Літвякової Наталії Василівни** за темою

**«Маркетингові дослідження як засіб диференціації освітніх послуг в системі**

**післядипломної освіти педагогічного університету»,** подану на здобуття

наукового ступеня кандидата педагогічних наук

за спеціальністю 13.00.06 – теорія і методика управління освітою

Сучасні соціально-економічні умови становлення ринку освітніх послуг в Україні та необхідність модернізації діяльності закладів вищої освіти в контексті європейської інтеграції зумовлюють перебудову системи управління закладами освіти на засадах ринкової орієнтації. Основою концепції ринково орієнтованого управління є маркетинг як соціально-управлінський процес забезпечення балансу між попитом на освітні послуги та освітніми пропозиціями їх виробників. Зауважимо, що ефективність маркетингової діяльності закладів вищої освіти прямо пропорційна впровадженню в практику управління маркетингових механізмів та технологій, спрямованих на виявлення та адресне задоволення освітнього попиту через те, що суб'єктом попиту на освітні послуги першочергово є особистість, а структура попиту визначається економічними та соціальними освітніми потребами окремих споживачів. За таких умов успішність освітньої діяльності закладу вищої освіти значною мірою залежить як від створення системи маркетингових досліджень попиту, так і від диференціації та диверсифікації запропонованих продуктів та послуг.

Зазначимо, що формування ринку освітніх послуг визначається попитом і економічно активного, тобто дорослого, населення регіону та країни в цілому. Проблема розвитку освіти дорослих, у тому числі й післядипломної освіти, актуалізується з урахуванням інтенсифікації науково-технічного прогресу та розвитку державної системи безперервної освіти. При цьому функціонування післядипломної освіти в Україні як складової системи освіти дорослих

регламентується ст. 4, 10, 18 Закону України «Про освіту» № 2145-XIX від 05.09.2017 р. та ст. 60 Закону України «Про вищу освіту» № 1556-XVIII від 01.07.2014 р. (зі змінами). Однак, усупереч практичній затребуваності в сучасній педагогічній теорії та практиці сьогодні бракує наукових розвідок, присвячених детальному розгляду проблеми диференціації освітньої діяльності післядипломної освіти навчальних закладів.

З огляду на вищезазначене констатуємо, що проблема маркетингових досліджень як засобу диверсифікації освітніх послуг в системі післядипломної освіти педагогічного університету має міждисциплінарний характер. Окремі аспекти проблеми знайшли висвітлення в дослідженнях з питань розвитку системи післядипломної освіти педагогічних університетів України, впровадження маркетингових механізмів і технологій у процес управління структурними підрозділами закладів освіти та диференціацію освітніх послуг закладу освіти засобами маркетингових досліджень. Безперечно, що представлене дослідження є актуальним і таким, що відповідає запитам практики.

Структура дисертації, її змістове й інформаційне наповнення дають підстави стверджувати, що подана дисертаційна робота є логічно завершеним цілісним науковим дослідженням, яке повністю відповідає паспорту спеціальності 13.00.06 – теорія і методика управління освітою. Наведемо класифікаційні ознаки, за якими визначено відповідність формулі зазначеної спеціальності, а саме: за структурною складовою педагогічної науки – це андрагогіка; за напрямом дослідження – менеджмент в освіті; за рівнем організації педагогічного процесу – освіта дорослих; за характером дослідження – прикладне дослідження; за охопленням – національна теорія і практика управління. Акцентуємо, що представлена до захисту дисертаційна робота інтегрує в собі одразу декілька напрямів досліджень, зазначених у паспорті спеціальності, а саме: 1) розвиток теорії та технології управління навчальними закладами в Україні; 2) зміст і засоби управління освітою; 3) теорія та методика управління процесами навчання дорослих; 4) теоретичні засади та технології менеджменту в освіті.

Науковий апарат дослідження сформульовано чітко та коректно. Відповідно

до об'єкта, предмета та мети дослідження визначено завдання (дис. – с. 22, автореф. – с. 3-4), вирішення яких послідовно й логічно розкрито в змісті дисертації.

У результаті проведеного аналізу відзначаємо ґрунтовну теоретичну та методологічну базу дослідження, точність формулювання основних понять дослідження, високу змістовність дослідної роботи, практичну значущість додатків до дисертації.

Обґрунтованість і достовірність наукових положень дисертаційного дослідження не викликає сумнівів, що забезпечується, на наш погляд, дотриманням цілої низки взаємоузгоджених умов, а саме:

- чітко сформульовано об'єкт, предмет, мету і завдання дослідження;
- коректно обрано теоретико-методологічну основу дослідження та комплекс методів наукового пізнання, що адекватні завданням й меті дисертаційного дослідження;
- якісно сформовано джерельну базу дослідження, що є свідченням значної інформативності наукового матеріалу (419 джерел, 12 з яких іноземною мовою);
- ефективно сформовано базу для науково-дослідної роботи за принципом репрезентативності об'єкту дослідження – для впровадження методики оцінювання наявного стану використання маркетингових досліджень у практиці диференціації освітніх послуг, а саме: було відібрано 23 підрозділи післядипломної освіти університетів України, (параграф 2.1), а для емпіричної перевірки технології диференціації освітніх послуг засобами маркетингових досліджень – 4 підрозділи, (параграф 2.3);
- реалізовано значний період проведення дисертаційного дослідження (2004-2017 роки);
- набуто значний особистий професійний досвід роботи дисертанта у системі післядипломної освіти педагогічного університету на управлінських посадах різного рівня (12 років).

Загальна характеристика представленого до захисту дисертаційного дослідження Н.В.Літвякової дозволяє стверджувати, що подана робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до них, загальних висновків та списку використаних джерел. Дисертація містить 66 додатків, які подано окремим томом. Загальний обсяг дисертації (разом з додатками) становить 405 сторінок.

З'ясовано, що висновки і рекомендації, сформульовані у дисертаційній роботі, відповідають визначеним у дисертації завданням і послідовно розкривають логіку дослідження, повністю корелюють з науковою новизною та практичним значенням отриманих результатів дослідження.

Схарактеризуємо змістове наповнення рецензованої роботи.

Перший розділ дисертації присвячено проблемі формування теоретико-методологічних засад управління системою післядипломної освіти педагогічного університету на основі концепції маркетингу, у якому схарактеризовано роль системи післядипломної освіти в структурі сучасних суспільно-економічних перетворень (дис. – с. 39-59, додаток Б.3), розкрито генезу маркетингу як концепції зовнішньо орієнтованої управлінської діяльності (дис. – с. 63-68), подано поняттєво-термінологічний аналіз концепції маркетингу в сфері освіти (дис. – с. 81-89), виявлено зміст і механізми управління досліджуваної системи за ринкових умов (дис. – с. 98-100, 112-114).

Особливої уваги заслуговує проведений дисертанткою глибокий аналіз наукових джерел, що розкривають історію розвитку системи післядипломної освіти педагогічних університетів, у результаті чого виявлено витoki ідеї та передумови створення означеної освітньої системи; визначено провідні форми просвітництва, які використовувалися протягом усього періоду формування системи; проаналізовано найважливіші події історичного розвитку системи (дис. - с. 30-36, додаток А). Вважаємо, що проведений ретроспективний аналіз уможливив автору визначити та аргументувати формування нового, історично обґрунтованого асортименту додаткових освітніх послуг для дорослих в системі післядипломної освіти.

Констатуємо, що на високому теоретичному рівні здійснено дослідження проблеми генези маркетингу. Визначено: причини виникнення маркетингу як явища самоорганізації взаємодії суб'єктів ринку (дис. – стор. 62), джерела формування маркетингового тезаурусу (дис. – стор. 62-63), передумови формування теоретичної бази маркетингу як наукової дисципліни (дис. – стор. 68-71).

Вважаємо, що практичне значення для розвитку теорії управління навчальними закладами має теоретична робота автора щодо вибору базової класичної концепції маркетингової діяльності (за Ф. Котлером) для розбудови теоретичних засад маркетингу в освіті. Такою базовою концепцією дисертант визначає соціально-етичний маркетинг (дис. – стор. 81–83), джерелами якого є соціальний маркетинг, некомерційний маркетинг, маркетинг послуг, маркетинг взаємодії (відносин) (дис. – стор. 83–84).

Другий розділ дисертації присвячено теоретичному обґрунтуванню та емпіричній перевірці технології диференціації освітніх послуг системи післядипломної освіти педагогічного університету засобами маркетингових досліджень, у якому визначено місце маркетингових досліджень у структурі управління освітньою системою (дис. – стор. 124-127, автореф. – с. 10), проведено оцінювання наявного стану використання маркетингових досліджень з метою диференціації освітніх послуг в системі післядипломної освіти педагогічного університету України (дис. – стор. 133-155, автореф. – с. 10), теоретично обґрунтовано та емпірично перевірено технологію диференціації освітніх послуг в системі післядипломної освіти педагогічного університету України засобами маркетингових досліджень (дис. – параграфи 2.2 і 2.3, автореф. – с. 10-12).

Відмітимо, що яскравим свідченням вияву сформованого високого рівня наукової культури дисертантка є представлена в роботі авторська «Методика оцінювання наявного стану використання маркетингових досліджень з метою диференціації освітніх послуг системи післядипломної освіти педагогічних університетів України» (дис. – с. 133, табл. 2.1). Означена методика оцінювання передбачає використання цілої низки теоретичних і емпіричних методів

дослідження та складається з конкретних етапів: I етап – підготовчий: формування бази дослідної роботи з оцінювання (додатки Т.1-Т.4, дис. – с. 135-137); визначення переліку критеріїв оцінювання (додатки У.1-У.2, дис. – с. 137-140, 142-147); формування групи експертів (дис. – с. 140-142); розроблення шкали оцінювання (дис. – с. 147-149); II етап – польовий: експертне оцінювання підрозділів післядипломної освіти за визначеними критеріями; III етап – підсумковий: обробка і наочне представлення результатів оцінювання (додатки У.3-У.6, дис. – с. 135-137), перевірка ступеню узгодженості оцінок експертів за допомогою коефіцієнта множинної рангової кореляції – коефіцієнта конкордації Кенделла (дис. – с. 152-154).

Окремої уваги заслуговує змодельована автором технологія диференціації освітніх послуг системи післядипломної освіти педагогічного університету засобами маркетингових досліджень, обґрунтування та емпірична перевірка якої й стала метою рецензованого дисертаційного дослідження. Для розроблення зазначеної технології Н.В. Літвякової було опрацьовано науковий доробок провідних фахівців з таких проблем: загального та цільового маркетингу, маркетингу освітніх послуг, теорії сегментації ринку товарів і послуг, практики позиціонування товарів та послуг на ринок. Засобами екстраполяції отриманих результатів теоретичного пошуку на сферу освітніх послуг системи післядипломної освіти автором теоретично обґрунтовано технологію диференціації освітніх послуг системи післядипломної освіти педагогічного університету (дис. – параграф 2.2, додатки Ф-Х.9) та емпірично її перевірено (дис. – параграф 2.3, додатки Ц.1-Ц.5). Безперечно, що подана технологія диференціації має відповідне практичне значення для підвищення ефективності управління асортиментом освітніх послуг підрозділів післядипломної освіти закладів вищої освіти.

Аналіз опублікованих автором наукових праць свідчить про повноту викладу отриманих результатів, висновків та рекомендацій, поданих Н.В. Літвяковою у дисертаційній роботі. Результати дослідження висвітлено в 17 одноосібних публікаціях, з них – 6 статей у наукових фахових виданнях, у

тому числі 2 статті – у зарубіжних виданнях та 11 статей апробаційного характеру (дис. – с. 6–9, автореф. – с. 15–17). Представлені довідки про впровадження результатів дисертаційної роботи вказують на використання матеріалів дисертації у процесі управління підрозділами післядипломної освіти у провідних університетах України.

Загальні висновки дисертації чіткі, конкретні та цілком відповідають поставленим завданням.

Автореферат дисертаційної роботи повністю відповідає змісту представленої дисертації, відображає основні положення дисертації.

У цілому, позитивно оцінюючи дисертаційне дослідження Н.В. Літвякової, вважаємо за необхідне у якості наукової дискусії висловити такі зауваження та побажання:

1. У формулюванні завдання 4 дисертації зазначено «визначити місце маркетингових досліджень у структурі управління освітньою системою та оцінити наявний стан використання маркетингових досліджень з метою диференціації освітніх послуг системи післядипломної освіти педагогічного університету України» (дис. – с. 22, автореф. – с. 3). Однак, на наш погляд, не зрозумілим є, яка саме освітня система береться до уваги, та необхідно зазначити, що маркетингові дослідження – це певний інструментарій управління, використання якого спрямоване на отримання маркетингової інформації для прийняття управлінських рішень, тому вони не мають конкретного місця. Вважаємо, що формулювання завдання слід було б подати у такій редакції: «визначити значення маркетингових досліджень...» чи «визначити роль маркетингових досліджень...».
2. У історичному аспекті становлення післядипломної освіти педагогічних університетів констатовано, що одним з джерел формування зазначеної освітньої системи є позашкільна освіта (дис. – с. 31, додаток А), і означене не є зрозумілим у ракурсі того, що згідно ст. 14 Закону України «Про освіту» № 2145-XIX від 05.09.2017 р. «метою позашкільної освіти є розвиток здібностей дітей та молоді у сфері освіти, науки, культури...», адже,

представлене дисертаційне дослідження присвячено розбудові питань управління системою освіти дорослих.

3. З метою виокремлення ролей системи післядипломної освіти педагогічного університету у дисертації автором здійснено глибокий аналіз теоретико-методологічних засад функціонування зазначеної освітньої системи, однак, визначення мети, функцій і принципів діяльності досліджуваної системи в межах представленої теми дослідження, на наш погляд, є зайвим (додатки Д.1-Д.3, дис. – стор. 42–44).
4. Безперечно, що визначення ключових дефініцій дисертаційного дослідження обумовлює основну цінність його результатів. Однак, представлення процедур конструювання майже всіх понять у дисертації автором винесено в додатки, що, на наш погляд, є невдалим структурним рішенням (додатки В.1, В.2, Ж.2, И.1, П).
5. Авторська методика оцінювання наявного стану використання маркетингових досліджень у практиці диференціації освітніх послуг системи післядипломної освіти педагогічних університетів містить 8 критеріїв оцінювання (дис. – с. 144–146). Однак, перші два критерії  $K_1$  «Сформованість організаційної структури управління маркетинговою діяльністю підрозділу СПО ПУ» і  $K_2$  «Розробленість нормативно-правового забезпечення маркетингової діяльності підрозділу СПО ПУ» викликають сумніви щодо їхнього відношення до предмету оцінювання – наявного стану використання маркетингових досліджень у практиці диференціації освітніх послуг.

Однак, відмітимо, що зазначені зауваження та побажання мають рекомендаційний і дискусійний характер, й тому не знижують теоретичну та практичну цінність дослідження та його загальну позитивну оцінку.

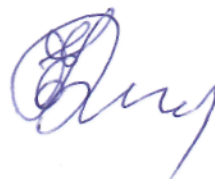
### **Загальні висновки**

Вважаємо, що представлена кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису за темою «Маркетингові дослідження як засіб диференціації освітніх



послуг у системі післядипломної освіти педагогічного університету» за актуальністю, змістом, обсягом та якістю оформлення, повнотою викладу її основних результатів у публікаціях відповідає вимогам пп. 9, 11, 12, 13 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24.07.2013 р. № 567 (із змінами, внесеними згідно з Постановами Кабінету Міністрів України № 656 від 19.08.2015 р., № 1159 від 30.12.2015 р., № 567 від 27.07.2016 р.), що дає підстави для присудження **Літвяковій Наталії Василівні** наукового ступеня кандидата педагогічних наук зі спеціальності 13.00.06 – теорія і методика управління освітою (01 – Освіта / Педагогіка).

Офіційний опонент,  
кандидат педагогічних наук, професор,  
завідувач кафедри менеджменту освіти та  
педагогіки вищої школи,  
Сумський державний педагогічний  
університет імені А.С.Макаренка



О. Г. Козлова

