

УДК 339.138:005.53:37.014(477)
**МАРКЕТИНГОВО-ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ РИНКУ
 ОСВІТНІХ ПОСЛУГ У ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ**
**MARKETING AND LOGISTICS APPROACH TO THE DEVELOPMENT
 OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET IN TERRITORIAL
 COMMUNITIES OF UKRAINE**

Анікін Володимир Андрійович,
 магістр Уманського державного педагогічного університету
 імені Павла Тичини, м. Умань, Україна
 Anikin Volodymyr Andriyovych,
 Master's student of Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
 Uman, Ukraine
volodymyr.anikin@udpu.edu.ua

Мельник Владислава Андріївна,
 магістр Уманського державного педагогічного університету
 імені Павла Тичини, м. Умань, Україна
 Melnyk Vladyslava Andriivna,
 Master's student of Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
 Uman, Ukraine
vladyslava.melnyk@udpu.edu.ua

Сучасний розвиток ринку освітніх послуг в Україні відбувається в умовах децентралізації та зростання ролі територіальних громад у формуванні освітньої політики. Конкуренція між закладами освіти, зростання вимог споживачів та необхідність оптимізації витрат зумовлюють потребу у впровадженні маркетингово-логістичних підходів до управління освітньою діяльністю. Маркетинг дозволяє ефективно реагувати на запити здобувачів освіти і роботодавців, а логістика забезпечує раціональний розподіл ресурсів, у тому числі постачальницько-логістичних витрат. Синергія цих підходів сприяє підвищенню якості освітніх послуг, зміцненню конкурентоспроможності закладів освіти та розвитку людського потенціалу громад.

Трансформаційні процеси в Україні, зокрема децентралізація влади, сприяли посиленню ролі територіальних громад у формуванні та реалізації місцевої політики розвитку ринку освітніх послуг. В умовах підвищення конкуренції на ринку праці та швидких технологічних змін актуальним є

інтеграція маркетингових та логістичних інструментів в управління діяльністю закладів освіти для забезпечення ефективного розподілу ресурсів і відповідності освітнього продукту потребам споживачів. Сучасні маркетингові концепції дозволяють оцінювати попит на освітні послуги та адаптувати їх до вимог роботодавців і потенційних здобувачів освіти. Управління освітніми проєктами з використанням маркетингових підходів підвищує результативність їх реалізації, забезпечує інноваційність і конкурентоспроможність освітніх установ [1].

З позицій стратегічного маркетингового управління, освітня система повинна орієнтуватися на сталий розвиток, інноваційність та ефективне використання фінансових ресурсів, що особливо важливо для інноваційно-орієнтованих установ, у тому числі в громадах [3]. Логістичний підхід дає змогу раціонально управляти постачальницько-ресурсним забезпеченням освітнього процесу, оптимізувати витрати, зокрема й логістично-постачальницькі, що сприяє покращенню економічних показників функціонування закладів освіти.

Застосування принципів сталого розвитку та технологій Індустрії 5.0 посилює можливості управління освітніми системами, зокрема завдяки цифровізації логістичних процесів та підвищенню рівня адаптивності до зовнішніх змін [2]. Важливим є також моделювання процесів формування й ефективного використання фінансових ресурсів закладів освіти для забезпечення якості послуг та задоволення освітніх потреб громадян у територіальних громадах [4].

Оптимізація взаємодії між учасниками ринку освітніх послуг (закладами освіти, органами місцевого самоврядування, бізнесом, громадянськістю) на основі маркетингово-логістичного підходу сприяє підвищенню конкурентоспроможності громади, розвитку людського капіталу та економічного зростання на локальному рівні.

Запровадження маркетингово-логістичного підходу в управління ринком освітніх послуг дає можливість територіальним громадам формувати

збалансовану, економічно ефективну та клієнтоорієнтовану систему освіти. Такий підхід забезпечує оптимізацію ресурсів, зниження витрат, а також формування освітніх продуктів, які відповідають реальним потребам населення та ринку праці. У результаті громади отримують інструменти для сталого розвитку, підвищення конкурентоспроможності та соціально-економічного зростання, що особливо важливо в умовах трансформації українського суспільства.

Список використаних джерел

1. Лутай Л., Пачева Н. Сучасні маркетингові тенденції управління проектами. *Економічні горизонти*. 2023. Вип. 2 (24). С. 157–164. DOI : [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(24\).2023.288674](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(24).2023.288674)
2. Marchenko, O., Guk, O., Borutska, Y., Pacheva, N., Zaichenko, V. Ensuring sustainable development of the enterprise during the transition to industry 5.0. *International Journal of Sustainable Development and Planning*. 2023. Vol. 18, № 4. PP. 1149-1154. DOI : <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180418>
3. Пачева Н. О., Подзігун С. М., Корнієнко Т.О. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю інноваційно-орієнтованих підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер. Економічні науки*. 2023. № 8. DOI : <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9113>
4. Chyrva O., Yashchuk T., Pacheva N., Berzhanir A., Berzhanir I. Modeling of the processes of formation and effective use of financial resources at higher education institutions. *Tem Journal*. 2020. Vol. 9. Issue 1. PP. 286–291. URL : http://www.temjournal.com/content/91/TEMJournalFebruary2020_286_291.pdf