

ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ЯК ОСНОВНА УМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВНЗ НА РИНКУ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

В. В. Полянко, кандидат економічних наук; Н. С. Канут

У всьому світі освіта є домінуючим фактором стабільного розвитку держави. Соціально-економічний розвиток кожної країни залежить від її здатності забезпечити людині можливість бути успішною у світі, що стрімко змінюється.

Україна перебуває на складному шляху державного та громадянського становлення. Реалізується стратегія забезпечення прискореного та випереджального інноваційного розвитку освіти й науки, створюються умови для самоствердження та самореалізації кожної особистості упродовж життя. Реформування освіти в Україні є складовою процесу адаптації національної освітньої системи до передових освітніх систем світу. У системі освіти України взагалі та вищій зокрема за останні роки під впливом зовнішніх чинників відбулися суттєві зміни, сформувався ринок освітніх послуг із вільним рівнем конкуренції. Це пов'язано із розвитком глобальних процесів, становленням нового інформаційного простору, де освітня сфера, беззаперечно, набуває ринкового характеру, що виявляється в активізації конкурентного суперництва на ринку освітніх послуг. За таких умов освітні послуги стають об'єктом споживання з усіма притаманними цьому процесу особливостями, а функціонування навчальних закладів визначається не лише сукупністю економічних, політико-правових і соціально-демографічних, але й ступенем задоволення потреб споживачів.

Зважаючи на це, особливого значення набуває використання маркетингової інформації про споживачів у процесі стратегічного планування розвитку ВНЗ, що, в свою чергу, зумовлює необхідність дослідження особливостей

процесу споживання послуг у системі вищої освіти, виявлення факторів впливу та розробки рекомендацій щодо забезпечення відповідності якості освітніх послуг потребам споживачів.

Методичні підходи до оцінки вимог споживачів щодо освітніх послуг формували та вдосконалювали багато вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема такі, як: І. Альошина, А. Анікін, В. Анурін, І. Анненкова, О. Донченко, В. Ільїн, Н. Наумова, А. Овсянніков, В. Пилипенко, В. Рєзник М. та ін.

Для проведення маркетингових досліджень вищому навчальному закладу потрібно передусім визначитися з товаром, який він продукує і реалізує споживачам. Таким товаром є освітні послуги. Виробляючи товар суспільного споживання, вищий навчальний заклад працює одночасно на двох ринках, а саме: на ринку освіти і ринку професійних кадрів. Він надає суспільству освітні послуги, споживачами яких є студенти, слухачі, аспіранти тощо, і одночасно пропонує продукти своєї діяльності випускників – дипломованих фахівців ринку праці, споживачами якого є підприємства, організації й установи різних галузей і форм власності, а також суспільство загалом.

Орієнтація вищого навчального закладу на досягнення якісно нових освітніх результатів призводить до необхідності перейти від традиційного способу внутрішнього контролю до управління якістю освіти, де контроль є тільки однією з функцій. Інформаційною основою управління якістю освіти є моніторинг якості освіти, спрямований на отримання оперативної та достовірної інформації про умови забезпечення освітніх результатів, ціни їх досяг-

нення на новому рівні. Моніторинг є цілісним управлінським інструментом, який дозволяє зібрати, зберегти, обробити, поширити інформацію про діяльність освітньої системи, визначити її стан і спрогнозувати розвиток.

Н. Ф. Реймерс зазначає, що сенс моніторингу полягає у виконанні двох взаємопов'язаних функцій: спостереження і попередження [2, с. 43]. Необхідно зазначити, що і контроль є складовою управлінського циклу. Однак контроль має ситуативний характер і є нетривалим за часом реалізації. Він пов'язаний із мікроелементами освітньої системи, тоді як моніторинг – з функціонуванням усієї системи. Моніторинг випереджає планування і прийняття рішень. Моніторинг реалізується за допомогою комплексу методів і чітко розроблених процедур. На відміну від контролю, який щороку спрямований на нові об'єкти, моніторинг спрямований на ті самі об'єкти й періодично повторюється.

На думку Т. А. Стефановської, моніторинг – це «...діагностика, оцінка і прогнозування стану педагогічного процесу: відстеження його ходу, результатів, перспектив» [4, с. 18].

Структура моніторингу передбачає три важливі управлінські компоненти: аналіз, оцінку й прогнозування процесів у вищій освіті; сукупність прийомів відстеження процесів; збір і обробку інформації з метою підготовки рекомендацій щодо розвитку досліджуваних процесів і внесення необхідних коректив. Моніторинг у вищій освіті – категорія педагогічна й управлінська, оскільки він не копіює загальні положення теорії інформації, а трактує їх мовою педагогіки, психології і управління. Соціальна сутність освітнього моніторингу визначається тим, що саме він служить головним засобом контролю й обліку передачі соціального досвіду молоді.

Отже, можна погодитися з думкою окремих дослідників, які моніторинг якості освіти у вищому навчальному закладі розуміють як інформаційну систему, що постійно оновлюється і поповнюється на основі безперервного стеження за станом і динамікою розвитку основних складових якості освіти за сукупністю визначених критеріїв з метою вироблення управлінських рішень з коригування небажа-

них диспропорцій на основі аналізу зібраної інформації і прогнозування подальшого розвитку досліджуваних процесів [5, с. 23].

У ЧТЕІ КНТЕУ це завдання реалізується у рамках одного з найважливіших процесів упровадженої системи управління якістю – «Моніторингу вимог та задоволеності споживачів».

Слід зазначити, що моніторинг вимог і задоволеності споживачів спрямований на вивчення основних параметрів навчального закладу та має статус маркетингового дослідження, а не емпіричного збору матеріалу. Він має комплексний, системний характер і створює умови для планування річного, перспективного, стратегічного та є основою розробки політики у сфері якості.

Для проведення моніторингу робоча група інституту розробила анкети для опитування окремих категорій споживачів (студентів, роботодавців, науковців); методику процесу і методику електронної обробки даних. Анкетуванням було охоплено роботодавців, науковців і студентів 3 і 5 курсів денної форми навчання. Кількість респондентів для кожного з видів анкетувань визначалася рекомендаціями щодо подібного виду досліджень. Зокрема було опитано 780 студентів, становила 43,3 % загальної кількості студентів денної форми навчання.

Досліджуючи всі категорії споживачів, ми в першу чергу звернули увагу на вимоги роботодавців, бо конкурентоспроможність ВНЗ насамперед характеризується конкурентоспроможністю його випускників на ринку праці. В умовах ринкових відносин вимоги до майбутніх працівників встановлюють безпосередньо підприємства – роботодавці, саме тому визначення та аналіз цих вимог на етапі проектування СУЯ інституту є визначальним фактором її ефективності. Реалізація цього завдання полягає у виявленні, аналізі, задоволенні вимог і очікувань споживачів шляхом управління відповідними процесами.

Проведені нами дослідження дають можливість при проектуванні СУЯ інституту визначати необхідні умови у процесах (підпроцесах) управління, які забезпечуватимуть вагоміші результати. Особливе значення мало

виявлення рівня задоволеності підприємств-роботодавців кваліфікаційними характеристиками студентів (практичної та теоретичної підготовки), їх особистісними якостями та розвитком спеціальних навичок.

За результатами проведеного анонімного анкетування щодо рівня задоволеності роботодавців нашими випускниками, можна зробити такі висновки (рис. 1):

1. Опитані роботодавці на високому рівні (на **4,5 балів з 5**) оцінили наявність таких якостей у наших випускників, як:

- сумлінність, пунктуальність, старанність у виконанні поставлених завдань;
- готовність студента зразу після закінчення інституту виконувати свої професійні обов'язки;
- вміння працювати в колективі, наявність корпоративного мислення;
- висока працездатність і професіоналізм;
- вміння креативно мислити, вирішувати творчі завдання;

• високий рівень наукової підготовки, періодична розробка нововведень, подання раціоналізаторських пропозицій;

• знання і володіння мовами (державною й іноземними), вміння працювати з документами.

2. Дещо на нижчому рівні (**3,7 балів з 5**) були оцінені:

- відсутність шкідливих звичок (паління, пияцтво тощо);
- готовність працювати без відпустки (чи при наявності нетривалої відпустки);
- готовність працювати понаднормово, у вихідні та святкові дні.

3. На найнижчому рівні (**2,8–3,4 бали з 5**) були зазначені:

- задоволеність невисокою зарплатою;
- відмова від належних соціальних пільг і виплат (декретні, лікарняні, понаднормові тощо).

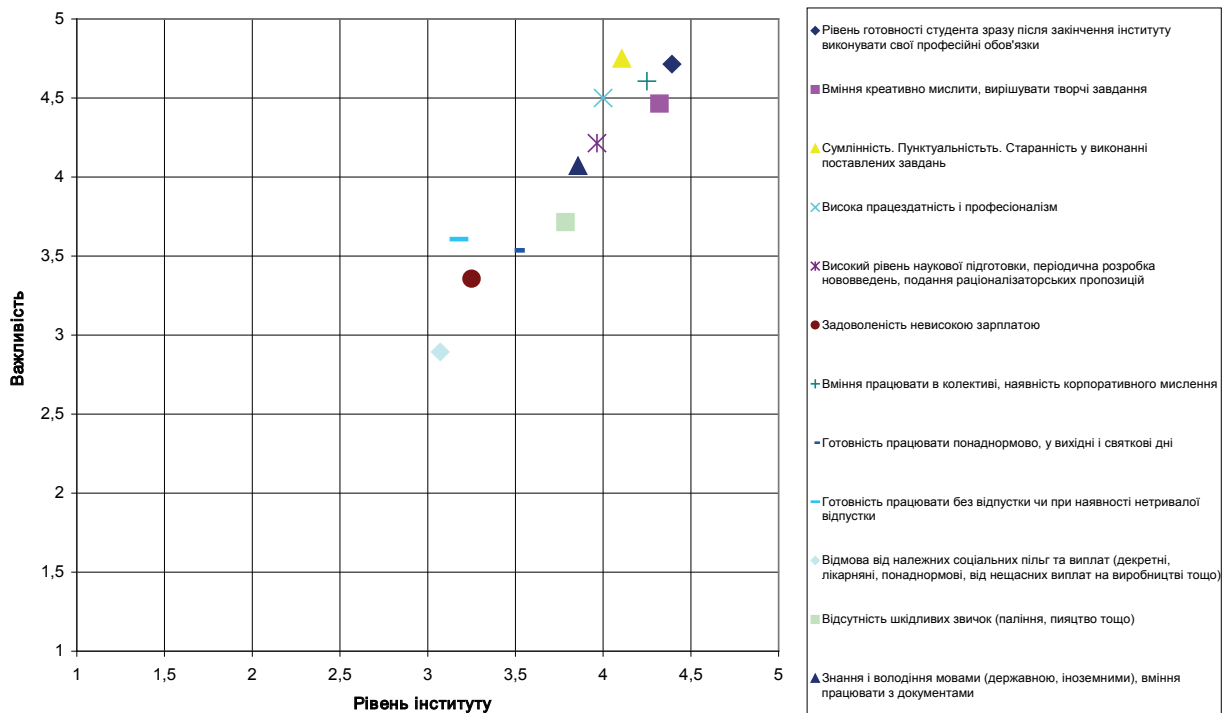


Рис. 1. Рівень задоволеності роботодавців характеристиками випускників

Дуже приємно, що ті критерії, які свідчать про стан наукової та практичної підготовки наших студентів, роботодавцями відзначено на високому рівні. Те, що студенти-випускни-

ки хочуть мати певні соціальні гарантії під час працевлаштування, цілком нормально. А от на такі критерії, як наявність шкідливих звичок (особливо паління) необхідно звернути більше

уваги, бо навіть під час працевлаштування це дуже важливо. Подібні результати були отримані й під час безпосереднього спілкування з роботодавцями (круглі столи, зустрічі, виїзні засідання, тренінги тощо). Останні зазначають, що проблемою на сьогодні є невиправдані очікування студентів щодо майбутньої роботи в контексті сучасного життя: студент-випускник, улаштувавшись на роботу хоче одразу велику зарплату, окремих кабінет, престижне авто і тощо, але, як відомо, для цього потрібно попрацювати. Тому у навчально-виховному процесі необхідно більше приділяти увагу цим питанням (виховна робота наставників академічних груп, теми під час вивчення відповідних дисциплін, запрошувати гостей, які б могли надати студентам корисну інформацію тощо).

Однією із найважливіших категорій споживачів освітніх послуг інституту є студенти. Ми провели й узагальнили результати анонімного анкетування студентів 3 і 5 курсів денної форми навчання всіх напрямів підготовки щодо оцінки ними якості надання інститутом освітніх послуг. Найвищим балом (4,3–4,6 балів з 5) студенти відзначили:

- забезпеченість висококваліфікованим професорсько-викладацьким складом;
- високий рівень викладання;
- наявність популярних спеціальностей і хороший вибір спектру спеціальностей;
- лояльне ставлення до студентів.

На високому рівні (3,5–4,3 бали з 5) студенти відзначили:

- наявність студентського самоврядування;
- пільги для сиріт, напівсиріт, малозабезпечених;
- забезпеченість літературою та можливість використовувати мультимедійні засоби;
- цінова політика для платної форми навчання та відсоток державних місць;
- наявність гуртожитків для немісцевих;
- ступінь доступності оволодіння інформацією на сайті ЧТЕІ КНТЕУ;
- можливість підвищення свого професійного і наукового рівня.

Дещо гірше (менше 3,5 балів з 5) були оцінені такі позиції:

- можливість мобільності студентів (перехід до іншого ВНЗ);
- наявність і зручність розміщення аудиторного фонду.

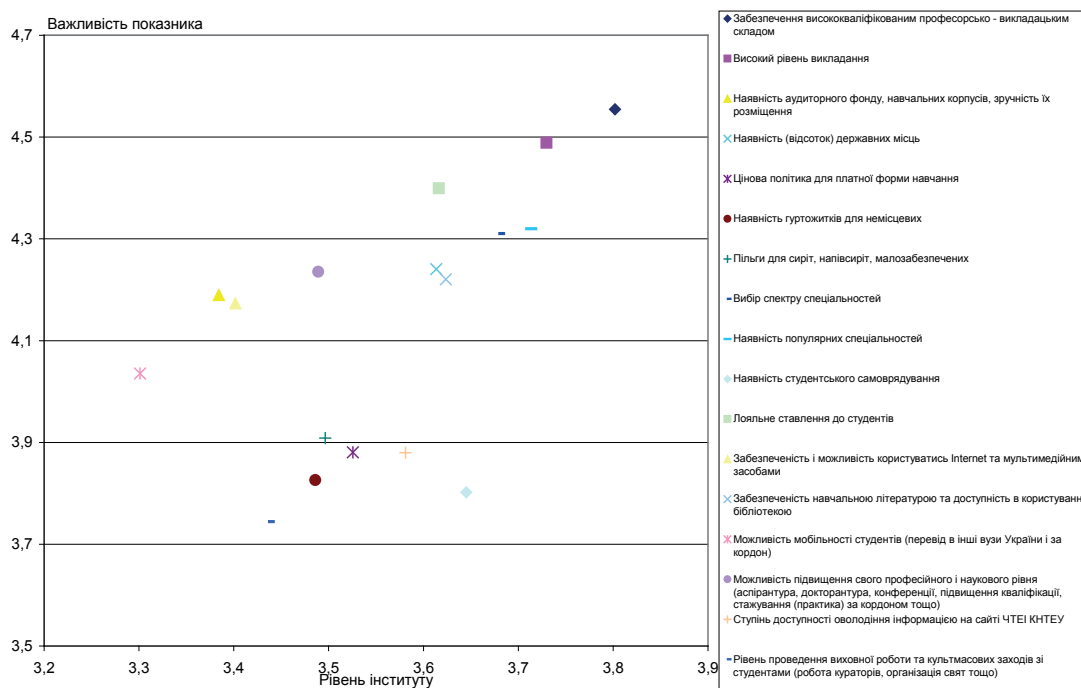


Рис. 2. Результати моніторингу задоволеності студентів якістю надання інститутом освітніх послуг

У процесі анкетування студенти внесли пропозиції щодо розширення критеріїв оцінки якості навчально-виховного процесу в інституті. Основними побажаннями студентів було:

- надання можливості працювати додатково у програмах зі створення дизайну чи основ таких програм, як Corel і Photoshop (створення спеціального гуртка);
- надання більшої доступності до мережі Інтернет;
- відкриття їдальні в кожному корпусі;
- поповнення електронної повнотекстової бази навчальної та наукової літератури новими виданнями науковців України та викладачів інституту;
- зосередження уваги на розвитку практичних навичок;
- надання можливості стажування за кордоном;
- надання необхідних підручників усім студентам і збільшення вибору наукової літератури зі спеціальності «Харчові технології та інженерія»;
- збільшення тривалості канікул;
- повернення безсесійного контролю;
- заохочення студентів до навчального процесу через матеріальну винагороду;
- відкриття магістратури в інституті зі спеціальності «Харчові технології та інженерія»;
- підвищення стипендії;
- запровадження вільного відвідування занять;
- збільшення кількості спортивних змагань, співпраця з різними спортивними товариствами;
- збільшення кількості державних місць на стаціонарній і на заочній формі навчання;
- організація та проведення наставниками груп екскурсій в різні міста України.

Необхідно зазначити, що переважну більшість із перелічених побажань студентів директорат інституту вже задовольнив, як от: встановлення безкоштовного Wi-Fi в інституті, методична допомога та матеріальне заохочення викладачів під час роботи над електронними підручниками, сприяння в організації і проведенні культмасових заходів тощо.

Оперативність вирішення окремих завдань, виявлених під час моніторингу, була помітною і в ході проведення в інституті зовнішнього аудиту. Під час зовнішнього аудиту висловлено низку слушних рекомендацій, які обов'язково будуть взяті до уваги створення студентської дизайн – студії, відкриття в кожному корпусі буфету, на майбутнє проведення ранжування побажань студентів за їх кількістю та вагомістю тощо.

Споживачами наукової продукції інституту є підприємства, установи, організації, провідні науковці, професорсько-викладацький склад ВНЗ України та зарубіжних країн, які подають наукові роботи до вісника ЧТЕІ та міжнародні науково-практичні конференції. Під час реалізації проекту з розробки та запровадження СУЯ в інституті велика увага приділялась якості науково-дослідної роботи. Було проведено анкетування іногородніх учасників і гостей міжнародної науково-практичної конференції «Соціально-економічні проблеми України в глобальному просторі», яка відбулася 26–27 квітня 2012 р. у Чернівецькому торговельно-економічному інституті КНТЕУ. Всього було опитано 32 особи.

У процесі дослідження було виділено такі критерії оцінки якості надання послуг у сфері науки, зокрема при проведенні конференції:

1. Тематичні напрями конференції.
2. Місце проведення конференції.
3. Можливість отримання інформації про конференцію (розсилка інформаційних листів, запрошення, зв'язок по телефону).
4. Якість і дизайн збірника матеріалів конференції.
5. Ввічливість і компетентність організаторів конференції.
6. Ставлення до гостей конференції (зустріч, поселення, харчування, екскурсії тощо).
7. Зворотний зв'язок (можливість отримання інформації про публікацію, терміни подання матеріалів і виходу друком збірника, місце і порядок проведення конференції тощо).

Було виявлено, що вищу оцінку («5») анкетовані виставили за критерієм «Ввічливість і компетентність організаторів конференції».

За критеріями «Місце проведення конференції», «Можливість отримання інформації

про конференцію (розсилка інформаційних листів, запрошення, зв'язок по телефону)», «Якість і дизайн збірника матеріалів конференції» отримана однакова кількість балів – в середньому 4,9 балів.

Найнижча оцінка – 4,42 бали – за критерієм «Тематичні напрямки конференції», що свідчить про вузькоспрямованість конференції та доцільність розширення її напрямів.

Ставлення до гостей конференції було оцінено в середньому у 4,97 бала, а зворотний зв'язок – на рівні 4,84 бала.

Отже, проведене дослідження та отримані результати дають підставу стверджувати, що на найвищу оцінку заслуговують критерії, що

стосуються компетентності та професіоналізму організаторів конференції, особливу увагу варто приділити тематиці конференції, її адаптації до сучасних проблем економіки, а також необхідно налагодити зворотний зв'язок (можливість отримання інформації про публікацію, терміни подання матеріалів і виходу друком збірника, місце і порядок проведення конференції тощо).

Окрім критеріїв, які були зазначенні в анкеті, опитувані самі висловили подяку організаторам, відзначили високий рівень проведення конференції, внесли пропозиції щодо частішого проведення таких заходів.

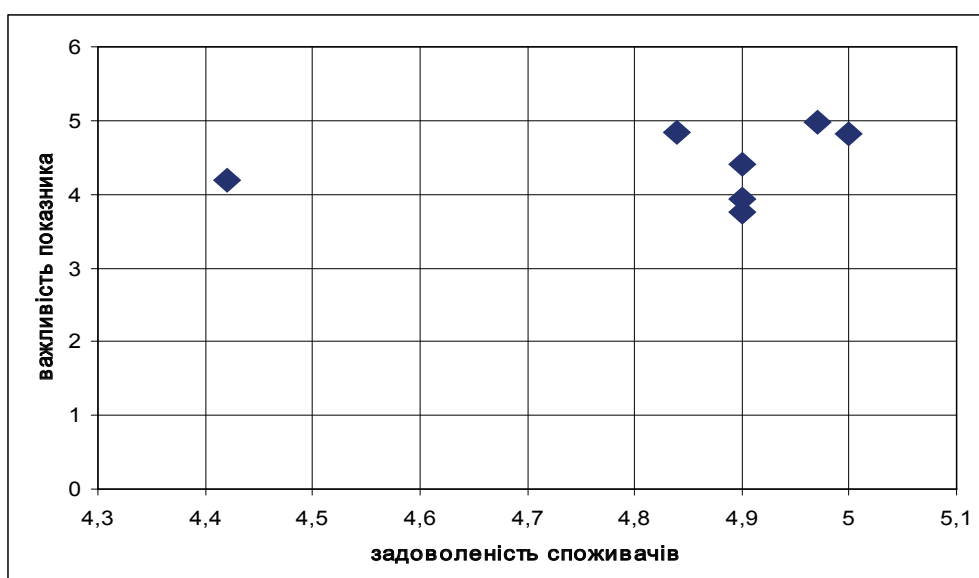


Рис. 3. Рівень задоволеності споживачів наукових послуг інституту

Підсумовуючи, варто зазначити, що за умови досягнення мети та реалізації завдань, моніторинг якості освіти є універсальним за своїми дослідницькими і практичними можливостями механізмом впливу й корекції діяльності суб'єктів управління системою. Управління процесом освіти в інституті засноване на знанні того, як проходить освітній процес. На це спрямована система освітнього моніторингу – постійного відстеження ходу освітнього процесу з метою виявлення й оцінювання його проміжних результатів, факторів, а також прийняття рішень щодо регулювання й корекції освітнього процесу.

Для управління освітнім процесом необхідно мати систему отримання інформації про його результативність, щоб бачити відхилення або динаміку в цьому процесі. Так, для більш ефективного функціонування процесу моніторингу вимог і задоволеності споживачів, за рекомендаціями зовнішнього аудиту, в інституті плануємо продовжити розпочаті дослідження і провести відкрите анкетування студентів і випускників з питань удосконалення організації навчально-виховного процесу в інституті, з подальшим ранжуванням отриманих даних за їх кількістю і значущістю.

Розширення доступу до здобуття громадянами якісної освіти, посилення відповідальності за надання якісних освітніх послуг є стрижнем, навколо якого концентруються зусилля всіх, хто причетний до освіти, кому її нагальні проблеми не байдужі. Масовість вищої освіти – це процес, ознакою якого є зростання мотивації громадян до здобуття освіти. Наслідком цього стало відкриття великої кількості вищих навчальних закладів різних форм власності, які автоматично стають конкурентами на ринку надання освітніх послуг. І тільки вивчення вимог роботодавців, особи, суспільства в цілому, встановлення зворотного зв'язку зі споживачами, постійне покращення діяльності інституту забезпечить його конкурентоспроможність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Анненкова І. П. Моніторинг якості освіти у ВНЗ / І. П. Анненкова – Одеса : [б. в.], 2011. – 45 с.
2. Майоров А. Н. Моніторинг в освіті. [Книга 1] / А. Н. Майоров. – С.ПБ. : Образование – Культура, 1998. – 344 с.
3. Реймерс Н. Ф. Природопользование : [Словарь справочник] / Н. Ф. Реймерс – М. : Мысль, 1990. – 637 с.
4. Стефановская Т. А. Педагогика: наука и искусство / Т. А. Стефановская. – М. : Совершенство, 1998. – 356 с.
5. Тавлуй І. Орієнтація на роботодавців при проектуванні та розвитку системи управління якістю вищого навчального закладу / Тавлуй І. // Стандартизація сертифікація, якість. – 2011. – № 5. – С. 56–59.
6. Хриков Є. М. Теоретико-методологічні засади моніторингу професійної підготовки [Електронний ресурс] / Хриков Є. М. – Режим доступу: <http://www.profosvita.org.ua/ru/career/articles/2.html>. – Назва з екрана.
7. Хриков Є. М. Управління навчальним закладом / Є. М. Хриков. – К. : Знання, 2006. – 365 с.

УДК 658:005.332.4:061.5

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н. М. Тягунова, кандидат економічних наук;

З. О. Тягунова, кандидат економічних наук

Важливість оцінки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств торговельної галузі беззаперечна. По-перше, така оцінка допоможе керівництву підприємства відмовитися від неефективних факторів конкурентної боротьби на ринку. По-друге, шляхом вимірювання функціонування зазначеного механізму є більша вірогідність забезпечення стійкого ринкового становища торговельного підприємства та максимального задоволення потреб

цільового ринку. По-третє, результати оцінювальної діяльності допоможуть апарату управління коригувати оперативні, тактичні та стратегічні плани функціонування торговельного підприємства і завдяки цьому досягати поставлених цілей з мінімальними витратами.

Опубліковано достатньо наукових праць, присвячених питанням оцінки функціонування організаційно-економічного механізму