

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ: МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ

Ю.С. Палькевич,
старший науковий співробітник
лабораторії управління ПТО
Інституту ПТО НАПН України, к. е. н.

Реферат

У статті доводиться необхідність управління конкурентоспроможністю освітніх послуг професійно-технічних навчальних закладів на підставі використання методичних підходів до прогнозування та планування їх діяльності. Запропоновано методичний підхід, у якому прогнозування та планування діяльності розглядається як цілісний механізм та містить три етапи.

На першому етапі наведеної методики проводиться оцінювання діяльності ПТНЗ за критеріями потенційної конкурентоспроможності ПТНЗ (оновлення МТБ, працевлаштування випускників, кадрове забезпечення, джерела фінансування, маркетингові дослідження) та зовнішніх умов діяльності навчального закладу (сегмент ринку на який розрахована освітня послуга, кількість підприємств у регіоні для яких готуються робітники та наявність на них робочих місць, перспективи розвитку відповідної галузі, ефективність соціального партнерства та співпраці з органами державного регулювання).

На другому етапі пропонується визначитися із стратегічним напрямом управління розвитком ПТНЗ на підставі використання матриці Мак Кінзі де навчальний заклад у залежності від значень критеріїв оцінювання (перший етап методики) відноситься до певного сектору у матриці. На підставі обраної стратегії розвитку управління конкурентоспроможністю ПТНЗ переходить до третього етапу методики – планування навчальної, господарської та фінансово-економічної діяльності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, прогнозування, планування, методика.

Актуальність статті. Проблемам прогнозування та планування соціально-економічних процесів у суспільстві, плануванню діяльності суб'єктів ринкових відносин на підставі науково обґрунтованого передбачення розвитку подій у середині підприємства або установи присвячено науковий доробок таких учених як В. Аніщенко, А. Бурмистрової, В. Василенко, Н. Гаркуші, І. Дебелої, Є. Лепи,

В. Моисеєнко, О. Орлова, З. Рябової, Л. Сергєєвої, В. Савченко та ін. Тим не менш, методичним підходам до особливостей планування діяльності ПТНЗ на підставі наукового передбачення напрямів підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг цих навчальних закладів приділено недостатньо уваги. В умовах децентралізації державного управління, підвищення автономності діяльності ПТНЗ та відповідальності керівників за результати їхньої діяльності, надання зазначених методичних рекомендацій набуває особливої актуальності.

Мета. Надати методичні рекомендації щодо планування діяльності ПТНЗ на підставі науково обґрунтованої стратегії їх розвитку.

Виклад основного матеріалу. Прогнозування – це наукове обґрунтоване передбачення найбільш імовірного стану, тенденцій та особливостей розвитку керованого об'єкта у перспективному періоді на основі виявлення і правильного оцінювання стійких зв'язків і залежностей між минулим теперішнім і майбутнім. План – послідовність дій для досягнення чітко визначеної мети і передбачення детально конкретизованих подій у розвитку досліджуваного об'єкта. Відмінність плану і прогнозу визначається тим, що планування направлене на прийняття і практичне втілення управлінських рішень. Мета прогнозу – створити наукове підґрунтя для їх прийняття [4].

У сучасній науці і практиці існує досить велика кількість видів й методів прогнозування і планування, у тому числі маркетингової діяльності навчальних закладів, яка має за основну мету підвищення конкурентоспроможності навчальних закладів та їх освітніх послуг [1-3, 5-7].

Особливої уваги заслуговує методика проведення дослідження маркетингу як механізму інформаційного забезпечення якості діяльності навчального закладу запропонована З. Рябовою. Автор доводить, що маркетингова програма – це певний цикл дій, який складається з: внутрішнього середовища (ресурсів) закладу (SWOT-аналіз); зовнішнього середовища (можливості та загрози) закладу (PEST-аналіз); формування місій

закладу; визначення мети (SMART); розробки стратегій діяльності закладу; побудова певної структури; розробки комплексу освітніх послуг (освітніх програм); конструювання системи моніторингу (контролю) для підтримки ефективності стратегії, якості надання освітніх послуг, ступеня задоволеності споживачів [9].

У основу представленої нами методики управління конкурентоспроможністю ПТНЗ на ринку освітніх послуг також покладено ідею про цілісність механізмів прогнозування та планування маркетингових досліджень у ПТНЗ. Методика базується на цільовому прогнозуванні найбільш імовірного стану, тенденцій та особливостей розвитку ПТНЗ у перспективному періоді на основі виявлення і правильного оцінювання стійких зв'язків і залежностей між критеріями, які характеризують зовнішні умови функціонування ПТНЗ та внутрішній потенціал конкурентоспроможності навчальних закладів. Результати прогнозування є науковим підґрунтям для прийняття та практичного втілення управлінських рішень та підставі визначених етапів планування.

I Етап. Розробка та запровадження критеріїв конкурентоспроможності навчальних закладів ПТО.

Узгодження та апробація критеріїв оцінювання потенційної конкурентоспроможності ПТНЗ та зовнішніх умов їхнього функціонування здійснювалося під час проведення семінарів-тренгів з проблем освітнього маркетингу для керівників ПТНЗ у Черкаській області та в ДПТНЗ «Роменське вище професійне училище» у м. Ромни Сумської області. Експертне оцінювання суттєвості та значення кожного з наявних критеріїв потенційної конкурентоспроможності навчального закладу та зовнішніх умов його функціонування проводилось серед керівників 21 ПТНЗ. Критерії оцінювання внутрішнього потенціалу конкурентоспроможності ПТНЗ наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Критерії оцінювання конкурентоспроможності ПТНЗ

критерій	значення		
	достатній	недостатній	відсутній
Рівень оновлення МТБ за останні 3 роки	80% і вище	70-50%	нижчий за 50%
Відсоток працевлаштованих випускників за отриманою професією	більше 5-ти	від 1 до 5-ти	відсутні
Наявність та кількість нових освітніх послуг за останні 3 роки	1-2 роки	більше 2-х років	не вираховувалися
Строки окупності нових освітніх послуг	високий	середній	низький
Рівень кадрового забезпечення закладу	3 і більше	1-2	відсутні
Кількість джерел фінансування (альтернативних бюджетному)	проводяться постійно за планом	проводяться час від часу	не проводяться
Маркетингові дослідження			

Більшістю експертів (80%) критерії конкурентоспроможності ПТНЗ, наведені у табл. 1 були класифіковані як «значущі». До категорії «спірних» рештою експертів було віднесено критерій кількості нових освітніх послуг (через те, що введення нових освітніх послуг не завжди є актуальним і виправданим у конкретних соціально-економічних умовах функціонування кожного окремого ПТНЗ).

Визначення критеріїв конкурентоспроможності серед 21 ПТНЗ дало такі результати:

1. Рівень оновлення матеріально-технічної бази ПТНЗ за останні 3 роки усіма респондентами оцінено як «недостатній»;

2. Рівень працевлаштування за отриманою професією – «достатній» (усі респонденти);

3. Наявність нових освітніх послуг за останні 3 роки: 15 респондентів (71,4 %) вказали на рівні «недостатня», 1 ПТНЗ (4,8 %) – «достатня» і 5 ПТНЗ (23,8 %) – «відсутня»;

4. Строки окупності нових освітніх послуг вказана «висока» серед усіх опитаних;

5. Рівень кадрового забезпечення керівники 12 ПТНЗ (57,1 %) визначили як «високий», решта (42,9 %) як «середній»;

6. Джерела фінансування ПТНЗ досить диверсифіковані, усі заклади мають дохід, альтернативний бюджетному фінансуванню.

7. Наявність маркетингової служби спостерігається в тільки в 1 ПТНЗ (4,8 %).

Серед критеріїв оцінювання зовнішніх умов середовища ПТНЗ (табл. 2) більшістю респондентів була вказана як «недостатня»: наявність платоспроможних споживачів освітніх послуг (72,4 %); наявність сегменту ринку, на який орієнтовано освітні послуги ПТНЗ (66,1 %); наявність вільних робочих місць на підприємствах регіону (58,9 %); суперечливі перспективи розвитку відповідної галузі (88,9 %). Рівень ефективності співпраці із соціальними партнерами усіма керівниками навчальних закладів оцінено як «середній», ефективність співпраці з органами державного регулювання 90% респондентів вважають низькою.

Таблиця 2

Критерії оцінювання зовнішніх умов функціонування ПТНЗ

критерій	значення		
	достатній	недостатній	відсутній
Сегмент ринку, на який орієнтована послуга	достатній	недостатній	відсутній
Кількість підприємств у регіоні, для яких готують робітників	достатня	недостатня	відсутня
Наявність вільних робочих місць на цих підприємствах	100%	70-50%	менше 50%
Перспективи розвитку відповідної галузі	значні	суперечливі	відсутні
Ефективність соціального партнерства	висока	середня	низька
Ефективність співпраці з органами державного регулювання	висока	середня	низька

II Етап. Розроблення та запровадження матриці конкурентних переваг у стратегії управлінні розвитком ПТНЗ.

В основу визначення стратегії управління розвитком ПТНЗ у ринкових умовах покладено метод матриці Мак Кінзі, який досить широко застосовується в економічних дослідженнях щодо визначення рівня конкурентоспроможності підприємств та перспектив їх розвитку (рис. 1).

Матриця складається з 9-ти секторів, на які умовно поділено досліджувані ПТНЗ шляхом оцінювання зовнішніх умов їх функціонування (ЗУ – вісь Y) водночас з оцінюванням внутрішнього потенціалу конкурентоспроможності (ПК – вісь X).

До сектору № 1 відносяться ПТНЗ, внутрішній потенціал конкурентоспроможності яких оцінюється як «низький», а зовнішні умови ринкового середовища як несприятливі – сектор стратегічної реструктуризації.

Сектор № 2 характеризується більш сприятливими умовами зовнішнього середовища та потенціальною конкурентоспроможністю ПТНЗ як у сектора № 1 – сектор оперативної реструктуризації.

Сектор № 3 – аутсайдерів освітнього менеджменту при сприятливих умовах ринкового середовища для цих ПТНЗ.

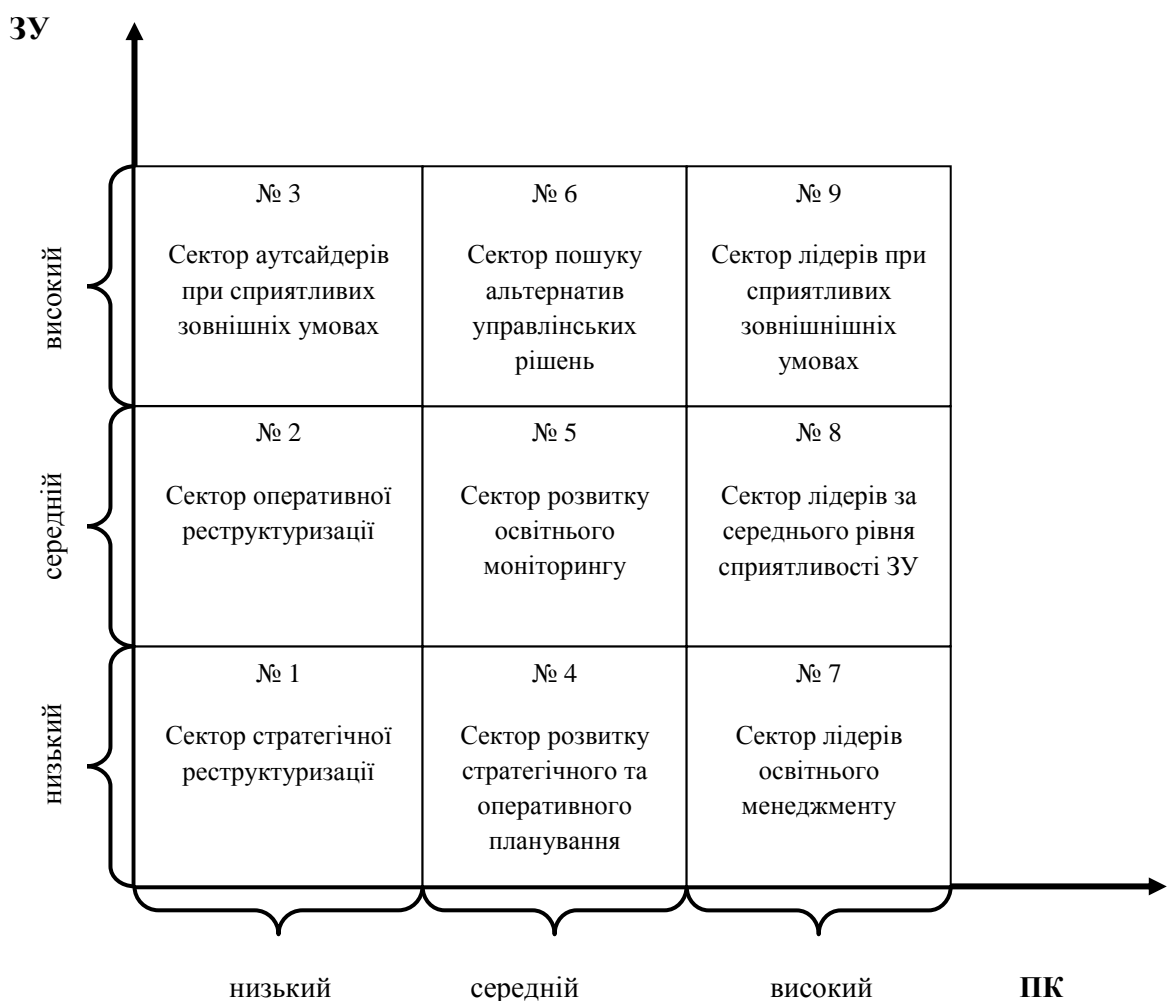


Рис. 1. Стратегія управління розвитком ПТНЗ за матрицею McKinsey

До сектору № 4 відносяться ПТНЗ, які досягли середнього рівня конкурентоспроможності, отже потребують коригування стратегічних та оперативних планів щодо адаптації до ринкових умов.

ПТНЗ, що відносяться до сектору № 5 (середній рівень по всіх позиціях) потребують розвитку освітнього моніторингу з метою їх «переміщення» до сектору № 8.

Навчальні заклади 6-го сектору знаходяться у сприятливих зовнішніх умовах, тож потребують альтернативних управлінських рішень, використовуючи досвід ПТНЗ секторів з позначкою «лідер» - № 7, 8, 9.

Наступний (III) етап експерименту – запровадження бізнес-планування для ПТНЗ, що визначилися з перспективами подальшого розвитку на підставі матриці стратегії управління розвитком. Цей етап пов'язаний з наступною функцією менеджменту – плануванням.

Рекомендовані структура та зміст бізнес-плану, які докладно наведені у попередніх роботах [8], будуть залежати від багатьох умов конкретного ПТНЗ: регіональних, галузевого спрямування закладу, кліматичних, а також від взаємовідносин органів місцевої влади і органів управління освітою. Керівник ПТНЗ, перед тим як організувати платні освітні послуги, оцінює передбачуваний обсяг доходів і витрат, податкові наслідки, організацію бухгалтерського та податкового обліків і багато інших питань. Це і є початок бізнес-планування. Пропонована схема дає змогу упорядкувати і систематизувати цю роботу.

Висновок. Отже, запропонований методичний підхід щодо управління конкурентоспроможністю освітніх послуг ПТНЗ базується на прогнозуванні та плануванні його діяльності і передбачає три основні етапи: оцінювання внутрішнього потенціалу конкурентоспроможності ПТНЗ та зовнішніх умов його функціонування; діагностування розташування ПТНЗ у певному секторі матриці McKinsey та визначенні стратегічних напрямів діяльності; складанні бізнес-плану. Поширення запровадження зазначеного методичного підходу

пропонується здійснювати шляхом подальшої співпраці з експериментальними базами дослідження, проведення масових заходів тощо.

Література

1. Бурмистрова А.С., Литвинова О.И. Экономическая устойчивость образовательных учреждений среднего профессионального образования г. Москвы в новых организационно-экономических условиях / А.С. Бурмистрова, О.И. Литвинова // Научные исследования в образовании. – М. – 2013. – № 3. – С. 11-15.

2. Василенко В.О. Теорія та практика розробки управлінських рішень : навч. посіб. / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2002. – 420 с.

3. Гаркуша Н.М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті / Н.М. Гаркуша, О.В. Цукова, О.О. Горошанська. – К.: Знання, 2011. – 591 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

4. Лепа Є. К. Прогнозування соціально-економічних процесів / Є.К. Лепа, І.М. Дебела : навч. посіб. для студ. економ. спец. – Херсон : ВАТ «Херсонська міська друкарня», 2007. – 184 с.

5. Моисеенко В. В. Рынок труда и профессиональное образование / В.В. Моисеенко, И.П. Смирнов. – М., 2001.

6. Напрями реформування професійно-технічної освіти в умовах європейської інтеграції (досвід, аналіз, прогнози): Колективна монографія / авторський колектив: [Аніщенко В.М., Закатнов Д.О., Здіорук С.І. та ін.]. – К. : ПТО НАПН України , 2008. – 188с.

7. Орлов А. И. Менеджмент : учеб. / А. И. Орлов. – М.: Издательство «Изумруд». – 298 с.

8. Палькевич Ю. С. Етапи розроблення бізнес-плану керівником професійно-технічного навчального закладу / Ю. С. Палькевич // На допомогу керівникові професійно-технічного навчального закладу: Науково-методичний збірник [Електронний ресурс]. – № 5. – Режим доступу до журн.: <http://www.ipto.kiev.ua>

9. Рябова З.В. Маркетинг як механізм інформаційного забезпечення якості діяльності навчального закладу / З. В. Рябова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp7/konf3/Rjabova.pdf.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОГНОЗИРОВАНИЮ И ПЛАНИРОВАНИЮ

Ю.С. Палькевич
старший научный сотрудник

Реферат

В статье доказывается необходимость управления конкурентоспособностью образовательных услуг профессионально-технических учебных заведений на основе использования методических подходов к прогнозированию и планированию их деятельности. Предложен методический подход, в котором прогнозирование и планирование деятельности рассматривается как целостный механизм и содержит три этапа.

На первом этапе приведенной методики проводится оценка деятельности ПТУ по критериям потенциальной конкурентоспособности ПТУ (обновление МТБ, трудоустройство выпускников, кадровое обеспечение, источники финансирования, маркетинговые исследования) и внешних условий деятельности учебного заведения (сегмент рынка на который рассчитана образовательная услуга, количество предприятий в регионе для которых готовятся рабочие и наличие на них рабочих мест, перспективы развития соответствующей отрасли, эффективность социального партнерства и сотрудничества с органами государственного регулирования).

На втором этапе предлагается определиться со стратегическим направлением управления развитием ПТУ на основе использования матрицы Мак Кинзи где учебное заведение в зависимости от значений критериев оценки (первый этап методики) относится к определенному сектору в матрице. На основании выбранной стратегии развития управления конкурентоспособностью ПТУ переходит к третьему этапу методики - планирование учебной, хозяйственной и финансово-экономической деятельности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, прогнозирование, планирование, методика.

COMPETITIVENESS MANAGEMENT EDUCATIONAL SERVICES VOCATIONAL AND TECHNICAL EDUCATION INSTITUTIONS: METHODOLOGICAL APPROACHES TO FORECASTION AND PLANNING

Palkevich Yulia
Ph.D. in Economics, Senior research
fellow of the laboratory for
vocational education management.
Institute of Vocational Education
under the National Academy of
Pedagogical Sciences of Ukraine

Abstract

The article proves the need for competitiveness management of educational services vocational schools based on the use of systematic approaches to forecasting and planning activities. The methodical approach in which the forecasting and planning activities is considered as a single mechanism and has three stages.

In the first stage The method is carried out evaluation of potential criteria for VET VET competitiveness (MTB updates, graduate employment, staffing, funding, marketing research) and external environment of the institution (market segment which is designed educational service, the number of enterprises in the region to which are prepared workers and Availability of jobs, development prospects of the industry, the effectiveness of social partnership and collaboration with regulatory agencies).

The second phase is proposed to determine the strategic direction of the development of VET management based on the use of matrix Mc Kinsey institution where, depending on the values of evaluation criteria (Stage technique) refers to a specific sector in the matrix. Based on the chosen strategy development management competitiveness VET moves to the third stage methodology - planning of educational, economic, financial and economic activity.

Keywords: competitiveness, forecasting, planning, methodology.

Literature

1. Burmistrova A., Litvinov O. Economic Stability of educational uchrezhdenyy Medium PROFESSIONAL education h in Moscow novyh organizational-economic terms / A. Burmistrova, O. Litvinov // Research Studies in education. - M. - 2013. - № 3. - P. 11-15.

2. Vasilenko V. Theory and practice of development management decisions, teach. guidances. / V. Vasilenko. - K.: TSUL, 2002. - 420 p.

3. Harkusha N. Models and methods of decision-making analysis and audit / N. Harkusha, A. Tsukova, A. Horoshanska. - K.: Knowledge, 2011. - 591 p. - (Higher Education XXI century).

4. Lyepa E. Prediction of socio-economic processes / E. Lyepa, I. Plump: Training. guidances. for students. economy. spec. - Kherson: OJSC "Kherson City Printing House", 2007. - 184 p.

5. Moyseenko V. Marketplace labor and Professional Education / VV Moyseenko, Y.P. Smirnov. - M., 2001

6. Directions reform of vocational education in European integration (experience, analysis, forecasts) Collective monograph / Authors: [Anishenko V. Zakatnov D., Zdioruk S. et al.]. - K: IPTO NAPS Ukraine, 2008. - 188s.

7. Orlov A. Management: Pupil / A. Orlov. - M.: Publishing "Yzumrud." - 298 p.

8. Palkevych J. Stages of development of a business plan Heads of vocational educational institution / J. Palkevych // To help the manager vocational school: Scientific-methodical collection [electronic resource]. - № 5. - Access to the journal.: <http://www.ipto.kiev.ua>

9. Ryabova Z. Marketing as a mechanism of information quality assurance of educational institution / Z. Ryabova // [electronic resource]. - Access: http://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp7/konf3/Rjabova.pdf.