

**ПРОГРАМА РОЗВИТКУ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ
КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ ДО
МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ТА АПРОБАЦІЯ В УМОВАХ
ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ**

В сучасних умовах набуває особливого значення здатність керівників освітніх організацій до маркетингової діяльності з метою підвищення іміджу закладів освіти, особливо у галузі професійно-технічної освіти через падіння престижу робітничих професій. Водночас, за нашими даними (С Казакова, 2014, 2017, 2018), встановлено, що психологічна готовність значної кількості керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг розвинута недостатньо.

Для вирішення цієї проблеми був проведений формувальний експеримент, спрямований на розвиток психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг в умовах післядипломної освіти.

Програма формувального експерименту складалася із чотирьох модулів, спрямованих на розвиток мотиваційного, когнітивного, операціонального та особистісного компонентів психологічної готовності управлінців до маркетингу освітніх послуг.

Модуль 1. «Мотиваційна складова психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг» спрямований на актуалізацію мотивації та закріплення установки учасників тренінгу на розвиток їх психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг. Основна частина модулю спрямована на усвідомлення значущості розвитку психологічної готовності управлінців до маркетингу освітніх послуг.

Модуль 2. «Когнітивна складова психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг» спрямований на опанування сукупності знань, необхідних для здійснення маркетингової діяльності в освітній галузі (знання змісту та

особливостей діяльності в сфері маркетингу освітніх послуг загалом і в умовах професійної освіти зокрема, особливостей формування власного позитивного іміджу та позитивного іміджу закладів професійної освіти, сутності і складових психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг та ін.).

Модуль 3 «Операційна складова психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг» спрямований на розвиток умінь і навичок керівників щодо здійснення ефективного маркетингу освітніх послуг в умовах професійної освіти. Завданнями третього модуля програми передбачено: формування й розвиток уміння управлінців щодо маркетингової активності у професійної діяльності; оволодіння методами вивчення потреб і очікувань цільових груп споживачів освітніх послуг; здійснення ефективних маркетингових комунікацій; визначення шляхів і наслідків просування освітніх послуг.

Модуль 4. «Особистісна готовність керівника закладу професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг» передбачає розвиток сукупності особистісних якостей управлінців, значущих для маркетингової діяльності (підприємливість; спрямованість на справу та конструктивне спілкування; самоефективність; соціальна креативність тощо).

Апробацію програми було проведено протягом 2018-2019 рр. на базі Центрального інституту післядипломної освіти ДЗВО «Університет менеджменту освіти». У дослідженні взяло участь 49 керівників закладів професійно-технічної освіти з різних регіонів України, з яких 24 особи склали експериментальну групу і 25 – контрольну.

В експериментальній групі реалізація програми розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг проводилась цілісно, системно, відповідно до психологічних умов, принципів, які забезпечувалися визначеними методами, прийомами та техніками тренінгової роботи. Формувальний експеримент завершився контрольним тестуванням. У контрольній групі заняття здійснювалися відповідно до традиційного навчально-тематичного плану підвищення кваліфікації керівників закладів професійно-технічної освіти, при цьому було

проведено лише два діагностичних зрізи до і після проведення формувального експерименту.

Статистичне опрацювання результатів апробації програми «Розвиток психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг» здійснювалося за допомогою програмного пакету SPSS, версія 17.0 для Windows.

За даними формувального експерименту (I зріз) між експериментальною й контрольною групами відсутні істотні відмінності у рівнях розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг. Результати після формувального експерименту (II зріз) в експериментальній групі свідчать про наявність вираженої позитивної динаміки показників розвитку психологічної готовності. У контрольній групі динаміка цих показників не є статично значущою.

Так, в експериментальній групі між результатами першого та другого зрізів за G-критерієм знаків були зафіксовані статистично значущі відмінності у рівнях психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг: зростання високого рівня психологічної готовності з 4,2% до 12,5%, вищого за середній – з 8,3% до 29,2% та зменшення низького рівня з 16,7% до 4,2% ($p < 0,01$). Натомість, у контрольній групі за результатами першого та другого зрізів констатовано незначні розбіжності, які в цілому не позначаються на рівнях розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг. Так, зменшилася кількість досліджуваних керівників з рівнем нижчим за середній з 32,0% до 24,0% та зросла із середнім рівнем з 40,0% до 48,0%, але ці відмінності не є статично значущими.

Подібні тенденції були виявлено й при порівняльному аналізі всіх складових психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг.

Таким чином, можна констатувати, що при апробації програми формувального експерименту збільшилася кількість управлінців із високим і вищим за середній рівнями психологічної готовності та зменшилась кількість із

низьким. Як наслідок, респонденти експериментальної групи відрізнялися вищим рівнем розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг як професійно важливої якості керівників закладів професійно-технічної освіти.

Проведений порівняльний аналіз результатів впровадження розробленої програми свідчить про позитивні зміни у розвитку складових психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг. Так, зокрема, підвищення рівня мотиваційної складової готовності нашло відображення у зростанні орієнтації досліджуваних на бажання забезпечити конкурентоздатність свого закладу освіти на ринку освітніх послуг, прагнення підвищити престиж та якість професійно-технічної освіти, бажання реалізувати інноваційні форми й методи навчання та розвитку особистості. До позитивних результатів підвищення рівня цієї складової управлінці віднесли також те, що вони проаналізували особливості професійної діяльності в залежності від домінування у них різних мотивів фахової діяльності. Крім того керівники експериментальної групи проявляли справжній інтерес до тренінгових занять, підтримували колег, стали більш терпимими до поглядів, відмінних від власних.

Констатовано й позитивну динаміку щодо розвитку когнітивної складової учасників експериментальної групи після формульованого експерименту: зростання їх обізнаності зі специфічних особливостей маркетингу освітніх послуг та підвищення рівня усвідомлення умов і шляхів формування власного позитивного іміджу та необхідності позитивного іміджу закладу професійно-технічної освіти. Завдяки отриманій інформації в рамках проведення програми управлінці отримали можливість актуалізувати та розширити свої знання з питань маркетингу освітніх послуг та психологічної готовності до нього.

Відбулося й зростання рівня операційної складової психологічної готовності, розвиток умінь і навичок здійснення маркетингу освітніх послуг, ефективних маркетингових комунікацій, утому числі, за рахунок розвитку вмінь управляти своїми емоціями у поведінці, здійснювати самоконтроль в

спілкуванні. Також до позитивних результатів учасники віднесли те, що вони стали більш щирими та відкритими у ставленні до себе й інших людей, у вираженні власних негативних і позитивних почуттів.

Свідченням підвищення рівня особистісної складової, проявами якої поряд із зростанням рівня маркетингової обізнаності та творчих здібностей, на думку учасників, викладеній у підсумковій анкеті, є:

– здатність більш точно розуміти якості менеджерів освіти, значущі для маркетингової діяльності; розуміння значущості розвитку підприємницьких здібностей, соціальної креативності, позитивної установки на інших людей – суб'єктів освітніх послуг.

Управлінці, які брали участь у програмі розвитку психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг, відрізнялись вираженою здатністю до більш позитивного бачення інших, більшою проінформованістю щодо маркетингової діяльності в освітній галузі, порівняно із досліджуваними контрольної групи.

Відповідаючи на запитання анкети, досліджувані повідомили про те, що участь у програмі допомогла їм розширити теоретичні знання про розвиток психологічної готовності як професійно важливу якість, необхідну для здійснення маркетингової діяльності в освітній галузі, краще пізнати себе, розвинули навички самоконтролю та конструктивного спілкування.

У відповідях на запитання щодо налагодження успішної міжособистісної взаємодії в експериментальній групі 95,8% респондентів відзначили її високий рівень, а 4,2% – середній.

Усі респонденти в анкеті зворотного зв'язку одностайно зазначили, що планують в подальшому у професійній діяльності використовувати знання, отримані завдяки участі у програмі розвитку їх психологічної готовності до маркетингу освітніх послуг.

Отже, аналіз результатів апробації програми розвитку психологічної готовності керівників закладів професійно-технічної освіти до маркетингу освітніх послуг довів її ефективність.