

ОСВІТА В ІНТЕРЕСАХ СПОЖИВАЧІВ: ЧИ МОЖЛИВО ЦЕ В УКРАЇНІ?

26 січня 2012 року ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» та Фулбрайтівське товариство в Україні започаткували проведення засідань круглих столів «Освіта в інтересах споживачів», метою яких є представлення та обговорення ключових питань реформування системи освіти в інтересах суспільства (споживачів освітніх послуг у цілому).

На першому засіданні «Освіта в інтересах споживачів: опитування основних категорій цільової аудиторії як індикатор якості освіти та механізм формування взаємодії навчальних закладів, фахових спільнот та бізнесу» предметом обговорення стали проекти анкет опитування основних категорій споживачів освітніх послуг: роботодавців, випускників, батьків та студентів.

Ці анкети були розроблені на основі положень книги Ф.Котлера та К.Фокс «Стратегічний маркетинг для навчальних закладів» матриці діяльності навчальних закладів у ринкових умовах, що у 2011 році була видана УАМ українською мовою.

В дискусії взяли участь:

Антонюк Лариса – директор Інституту вищої освіти, КНЕУ, д.е.н., професор;

Бакланова Марина – заступник директора Черкаського державного бізнес-коледжу;

Висоцька Наталія – президент Фулбрайтівського товариства, професор Київського національного лінгвістичного університету;

Дубинець Вікторія – голова ВГО «Всеукраїнська асоціація розвитку дитини», директор Центру розвитку дитини «Теремок»;

Корнев Геннадій – керівник департаменту компанії RocketBookInternational, член Фулбрайтівського товариства;

Кравцова Олена – помічник ректора Національної академії управління, м. Київ

Лилик Ірина – генеральний директор ВГО «Українська Асоціація Маркетингу», національний представник ESOMAR в Україні;

Лилик Сергій – ВГО «Українська Асоціація Маркетингу», керівник дослідницьких програм;

Павлов В'ячеслав – віце-президент Української Асоціації Мебельників;

Стахів Мирон – директор Фулбрайтівської програми в Україні;

Щербина Сергій – член Фулбрайтівського товариства, викладач Національної академії державного управління при Президентові України;

Яцишина Лариса – професор кафедри маркетингу, Київський національний університет технологій та дизайну, член УАМ.

У процесі обговорення дискусія захопила практично всю проблематику сучасного стану освітньої сфери в Україні. Зазначалося: постановка питання про дослідження задоволеності споживачів є своєчасною; результати обговорення можуть використовуватися ВНЗ з метою дослідження задоволеності споживачів своїх послуг, а також можуть бути покладені в основу створення національної системи рейтингування ВНЗ щодо задоволеності споживачів.

Дискусія виявила наступні вузлові проблеми:

- ◆ Чи готова адміністрація вишів до сприйняття засад освіти в інтересах споживачів?
- ◆ Чи готовий ринок до відповідальної взаємодії із закладами освіти?
- ◆ Якими мають бути механізми взаємодії освітніх закладів різних рівнів: дошкільних, середньої школи, вишів?
- ◆ Хто і яким чином має готувати освітні стандарти?
- ◆ Яким має бути механізм «замовлення» фахівців з боку роботодавців?

Окремо наголошувалося на необхідності виваженого і збалансованого підходу до опитування різних категорій споживачів освітніх послуг.

Говорять учасники «круглого столу»:



Наталія Висоцька:
Шановні колеги!

Те, що цей круглий стіл відбувається у приміщенні офісу Програми ім. Фулбрайта у Києві, і в ньому беруть участь директор програми та її випускники, видається мені цілком закономірним. Немає сумніву в тому, що у підвищенні якості освіти в Україні, у розвертанні освітнього процесу обличчям до споживача зацікавлено все наше суспільство. Але для випускників Програми ім. Фулбрайта, членів Фулбрайтівського товариства, ця проблема постає з особливою гостротою, оскільки багато з нас є безпосередніми учасниками цього процесу – студентами, викладачами, науковцями. Гадаю, що кожний з нас, посідаючи певне місце всередині системи української освіти, має своє уявлення щодо її сильних і слабких сторін, а також – щодо шляхів її виведення на світовий рівень. Але імпульси для руху вперед народжуються, зазвичай, у точці сходження багатьох векторів, різних точок зору, поглядів як зсередини, так і зовні. Питання, до яких ми не байдужі як фахівці, як громадяни, як люди, можуть ставитися і вирішуватися лише спільними зусиллями.

Як на мене, однією з нагальних проблем, що постають у контексті теми нашої зустрічі, є недостатня зацікавленість у моніторингу якості освіти з боку її надавачів. Для того, щоб дії, спрямовані на підвищення цієї якості, мали успіх, не лише споживачі, а й освітні установи різних ярусів – від дошкільної до вищої освіти, – повинні усвідомити потребу в них. Така потреба в умовах ринкових відносин і конкуренції, безперечно, існує. І якщо сьогодні рейтинги навчальних закладів ще, можливо, не дуже помітно впливають на їхній вибір споживачами – як потенційними студентами, так і роботодавцями, то далі цей вплив ставатиме дедалі суттєвішим. Адже від якості отриманої освіти залежатиме подальша кар'єра випускника. Отже, зав-

дання полягає, серед іншого, і в тому, щоб сприяти змінам у традиційному менталітеті адміністрацій навчальних закладів – вони мають усвідомити наявність прямої залежності між задоволенням наданими послугами з боку споживачів та подальшим розвитком і процвітанням того чи того вишу.

Ще одна проблема, яка, на мою думку, не може не викликати тривогу – дедалі більша складність у знайденні оптимального балансу між фахово-ужитковими і загально-гуманітарними знаннями у процесі отримання освіти. Без перших молода людина безпорадна на ринку праці; але саме другі уможливають її становлення як людини, а нашою метою навряд чи може бути перетворення людини на бездоганний механізм з виконання тих чи тих операцій. Обмеженість часу, відведеного на будь-який курс, спонукає до пошуку нових методик і технологій навчання, спрямованих на формування у учня/студента навичок самостійного мислення і вміння орієнтуватися у безмежному океані інформації. І, водночас, якщо увага не приділятиметься етичній домінанті, суспільство отримає не громадян, а роботів.



Сергій Лилик:

У 2011 році вітчизняні освітяни отримали змогу ознайомитися із українським перекладом матриці поведінки навчальних закладів в умовах ринку – книгою Філіпа Котлера і Карен Фокс «Стратегічний маркетинг для навчальних закладів».

Даний «круглий стіл» - це спроба публічного обговорення шляхів впровадження в Україні засад діяльності, викладених у книзі.

Впровадження у практику вишів регулярного опитування споживачів їхніх послуг – це крок до формування освіти в інтересах споживачів. Прозорість у ставленні роботодавців, випускників, студентів до навчального закладу дасть змогу останньому вирішувати цілу низку завдань, починаючи з вдосконалення внутрішніх процедур і закінчуючи розбудовою ефективної політи-

ки зовнішніх комунікацій із цільовими ринками.

Водночас опитування споживачів — це не панацея від усіх недоліків, а лише початок копіткої роботи. Оскільки одразу з'являються питання щодо порядку опрацювання освітніх програм і кваліфікаційних вимог, готовності бізнесу та фахових спільнот до реальної взаємодії з навчальними закладами у процесі їх підготовки, контролю якості навчального процесу тощо. Відтак по іншому постають питання самоорганізації освітянської спільноти, завдань та функцій, які мають виконувати їхні організації. Це також питання меж і характеру університетської автономії, засад і механізмів фінансування навчальних закладів, прозорості всієї їх діяльності.

Зрештою, навчальні заклади України стоять перед вибором: або залучити/утримати студентів та інвесторів, або пропасти. Зовнішня і внутрішня конкуренція — реальність. Закони конкуренції діють у сфері освіти так само безжально і неухильно, як і в будь-якій іншій сфері чи галузі: перемагає кращий — той, хто спроможний відслідковувати суспільні запити і адекватно на них реагувати.



Лариса Яцишина:

Вважаю, що вже назріла необхідність впровадження в діяльність ВНЗ України основних положень, що викладені у підручнику К.Фокс і Ф. Котлера «Стратегічний маркетинг у вищих навчальних закладах», а головне — визначення фактичної якості надання освітніх послуг ВНЗ.

Перспективи розвитку вищої освіти України тісно пов'язані з прийняттям нової редакції Закону України «Про вищу освіту», адже невизначеність щодо терміну підготовки магістрів ставить ВНЗ у неоднакові умови функціонування. Так, у КНУ ім. Шевченка підготовка магістрів триває 2 роки; у інших ВНЗ — 1 рік. За новими освітніми стандартами галузі знань «Менеджмент» пропонується готувати магістрів з менеджменту за 1,5 роки, у той же час спеціальності економічного спрямування (фінанси,

облік та аудит, маркетинг, економіка підприємств тощо) здійснюють підготовку магістрів за 1 рік. Ця неузгодженість викликає здивування при працевлаштуванні наших випускників за кордоном, навіть у Росії.

Визначення задоволеності споживачів освітніми послугами конкретних ВНЗ дозволить останнім розробити ефективні маркетингові заходи, що сприятимуть підвищенню якості освіти й конкурентоспроможності ВНЗ.



Мирон Стахів:

Українське міністерство освіти сьогодні перебуває під тиском з боку європейського Союзу, але при цьому не питає нічого у учасників ринку освітніх послуг та його споживачів.

Зміни у кваліфікаційних вимогах і в цілому у системі освіти є неминучими. Так само необхідно змінювати структуру навчального процесу. Роботодавці мають самі пропонувати та реалізовувати ініціативи щодо реформування освітньої системи.

20-21 квітня 2012 року, в Українському домі за ініціативи Фулбрайтівського товариства в Україні відбудеться міжнародна конференція «Вища освіта в Україні: інтернаціоналізація, реформи, нововведення», на якій окрема сесія буде присвячена ролі роботодавців у освітньому процесі.



Вікторія Дубинець:

Ринок приватних дошкільних центрів в Україні зараз стрімко зростає. Сьогодні у кожному місті, у кожному мікрорайоні є центри розвитку дитини. Кількість їх збільшується, особливо протягом 2-х останніх років.

Ці центри дуже різні щодо учбових програм, рівнів підготовки викладацького персоналу, наявності учбового і мето-

дичного матеріалу, презентаційного обладнання, площ тощо. Матеріальне оснащення центру – справа часу, однак добрі педагоги потрібні одразу, на момент відкриття центру. Педагог – це його обличчя. Лише хорошому, знаючому педагогу батьки довіряють свого малюка.

Часто буває так, що засновник нового дитячого центру сам не є викладачем і не має досвіду роботи з дітьми у групі (або ж має досвід спілкування лише із власними дітьми). Він починає запрошувати на співбесіду кандидатів на працювання. Такому роботодавцю складно оцінити рівень знань педагога, його вміння спланувати і провести урок, вірно застосувати ті чи інші навчальні посібники. Такому роботодавцю доводиться покладатися лише на власне відчуття. Якщо помилився – репутація центру на етапі становлення вже постраждала.

Хороших педагогів знайти дуже складно. Випускники вишів не завжди мають належну теоретичну підготовку, а під час педагогічної практики вони не завжди мають змогу попрацювати з сучасними навчальними посібниками. Студенти проходять практику у державних дитячих садках, навчальні матеріали яких слабенько поповнюються. Відповідно, випускники не можуть одразу після закінчення вишу приступити до роботи у дитячому центрі. З ними потрібно проводити додаткові тренінги, семінари. На це може піти не один місяць.

Вихователі з досвідом у дитсадках не завжди обізнані щодо особливостей роботи у дитячих центрах. До того ж вихователі з великим досвідом роботи у дитсадках не готові змінювати свої стереотипи та методи роботи з дітьми.

Ось і виходить, що дитячим центрам важко знайти належний персонал. Це можуть бути викладачі, які вже працювали у дитячих центрах та мають значний досвід. Проте їх дуже мало. Вірніше, мало тих, хто шукає роботу (бажають змінити один центр на інший). Хорошого викладача роботодавець дуже цінує і намагається утримати високою платнею.

Інша велика проблема – це викладачі для роботи з дітьми вікової категорії від 8 місяців до 2-х років. У даному випадку вимагається дуже докладні знання вікової психології дітей. Водночас на факультетах дошкільної освіти вказаній

віковій категорії, на наш погляд, не приділяється належної уваги, оскільки діти у цьому віці не відвідують дитсадки. Але ж насправді понад 50% клієнтів дитячих центрів є діти саме до 2-х років.

Для нашого освітнього сектора (центрів розвитку дитини) ми бачимо наступні варіанти покращення існуючого стану справ:

Налагодити співпрацю з педагогічними університетами та інститутами, й запрошувати студентів на практику у провідні центри розвитку дитини.

Почати переговори з дитячими центрами щодо можливої участі у програмі з оснащення учбово-ігрової бази факультетів дошкільної освіти у деяких педагогічних вишах.

В межах співробітництва з педагогічними вишами ВГО «Всеукраїнська асоціація розвитку дитини» має бажання запровадити практику проведення певних практичних занять у вишах (на факультетах дошкільної освіти) викладачами провідних дитячих центрів України.



В'ячеслав Павлов:

На мій погляд, ситуація «дозріла» до того, щоб виші почали реальну взаємодію з кінцевим споживачем своїх послуг, а саме – з бізнесом (власниками, керівниками, менеджерами підприємств, організацій та установ всіх галузей та форм власності).

Така співпраця має ґрунтуватися, по-перше, на з'ясуванні запитів роботодавців щодо їхніх потреб у кадровому забезпеченні.

По-друге, спеціалізація підготовки кадрів має враховувати чинні галузеві стандарти, які розроблюються і впроваджуються галузевими фаховими організаціями, і обов'язково – відповідають вимогам авторитетних міжнародних стандартів (кодексів, директив тощо).

Звичайно, підприємницькі спільноти також повинні активізувати свою діяльність. Я вважаю, що Українська асоціація мебельників цілком спроможна діяти за такими напрямками:

- ♦ організувати виробничу практику для студентів профільних спеціальностей;

- ◆ організовувати конкурси для студентів і викладачів;
- ◆ організовувати та/або приймати участь у заходах щодо обміну досвідом (відкриті лекції, семінари, засідання «круглих столів» практиків мебельного бізнесу та викладачів і науковців);
- ◆ приймати участь у розробці кваліфікаційних вимог для профільних фахівців, на цій основі – спільно з вишами підготувати стандарт з підготовки фахівців для мебельної галузі;
- ◆ запроваджувати стипендії для обдарованих студентів;
- ◆ у перспективі, можливо, оплачувати навчання або стажування за кордоном.

Було б дуже корисно, якби й держава також допомагала взаємодії бізнесу та закладів освіти. Наприклад, було б доцільним скасувати оподаткування платні для студентів-практикантів, які проходять практику на виробництві.



Ірина Лилик:

Фахові асоціації мають тривалу історію, що коріниться ще у ремісничих гільдіях середньовіччя. Вони реалізували ті вигоди, які ремісники й торговці однієї галузі могли отримати від співробітництва. Зокрема, одним з найважливіших завдань було обмежити потрапляння до галузі чи професії нефахівців, встановлюючи кваліфікаційні правила; тоді це виглядало як вимога щодо проходження тривалого курсу учнівства. Гільдії та асоціації завжди заявляли, що це добре для їхніх споживачів, тому що забезпечує дотримання високу якість продукції.

У різних країнах присутні дві доволі різні традиції щодо ролі й роботи фахових асоціацій. Одна – для великих об'єднань, які є визнаними учасниками політичного процесу, з якими консультуються щодо економічної стратегії, проблем зайнятості, комерційної конкуренції та інших проблем високого рівня. Така модель за багато десятиріч склалася, приміром, у Німеччи-

ні та Швеції. Інша традиція, яку найкраще ілюструють приклади Великої Британії та США, передбачає більш фрагментований розвиток, коли є велика кількість незалежних фахових асоціацій, причому іноді навіть в одній галузі чи професії існує декілька асоціацій, які конкурують між собою. Це робить їх ближчими до споживачів задля вирішення їх проблем.

Кваліфікаційні комітети фахових організацій формують вимоги до знань та вмінь фахівців різних рівнів, а Кваліфікаційні комісії приймають іспити на відповідність цим знанням та вмінням. Професії поділяються на регульовані та нерегульовані. До регульованих професій, тобто таких, у яких для заняття певної посади обов'язковою вимогою є наявність сертифіката галузевої фахової асоціації, належать лікарські професії, адвокати, бухгалтери, аудиторі, пілоти тощо. Нерегульовані професії – це такі, у яких отримання сертифіката для зайняття посади бажане, але не є обов'язковою вимогою. Однак уже сьогодні більшість фахівців під тиском вимог ринку праці надають перевагу здобуттю не лише освітнього диплому, а й кваліфікаційного сертифікату фахових асоціацій, які підтверджують його професійний рівень.

Завдання формування кваліфікованої громади фахівців може відбуватися лише у тісній співпраці із закладами освіти. Світовий досвід демонструє, що освітянська діяльність, при всій її специфічності, – це теж бізнес, який підпорядковується загальним законам ринку. Україна ж сьогодні перебуває на складному етапі, який характеризується початком еволюції світогляду щодо ролі навчальних закладів, механізмів управління освітянською сферою та взаємозв'язків із ринком праці.

Протягом останніх кількох років поступово відбувається усвідомлення тих вимог, які ставить перед освітянами залучення України до загальноєвропейського Болонського процесу. Одна з кардинальних проблем, що висувається на передній план самим життям, – це подолання (або принаймні зменшення) існуючої прірви між вузівськими навчальними програмами та системою їх викладання, з одного боку, і реальними запитами ринку – з іншого.

Університетам потрібно спілкуватися із фаховими асоціаціями та вивчати потреби того ринку, для якого вони готують спеціалістів. Аби вижити і досягти успіху, навчальні заклади повинні знати свої ринки, залучати достатню кількість ресурсів та перетворювати ці ресурси у необхідні програми, послуги та ідеї, й ефективно поширювати їх на різних ринках та серед громадськості. Ті, хто виконують ці завдання, роблять це добровільно, оскільки очікують отримати від цього особисту користь та бажають принести користь усьому суспільству.



Лариса Антонюк:

Серед ключових тенденцій у сфері вищої освіти є забезпечення найвищої якості науково-освітньої діяльності. Невипадково, серед основних ініціатив ЮНЕСКО є не тільки забезпечення рівного доступу до навчання, але й важливість надання високого рівня якості освітніх послуг.

Загострення конкуренції у сфері вищої освіти, посилення вимог зі сторони споживачів до якості освітніх послуг призвели до того, що орієнтація на споживача є ключовим принципом у організації освітніх процесів. Реалізація принципу передбачає створення системи взаємодії університету зі своїми споживачами, системи споживчого моніторингу для виявлення задоволеності освітніми послугами різних груп споживачів. Експерти підкреслюють, що якість підготовки спеціалістів у вищій школі забезпечується двома основними складовими – якістю управління в університеті та якістю освітніх програм. Найбільший потенціал мають магістерські та бакалаврські програми, які розроблено спільно з представниками бізнесу.

Одним із видів такого партнерства є сертифікатні програми, що дозволяють враховувати світові тенденції розвитку ринку праці та гнучко реагувати на зміни суспільних потреб стосовно рівня, якості й характеру підготовки фахівців.

Сертифікація сприяє пришвидшеному формуванню професійних компетенцій та підвищує конкурентоспроможність випускників певних спеціальностей. Адже сьогодні роботодавці висувають певні вимоги не тільки до напрямку і рівня освіти, а й до конкретних навичок претендентів на працевлаштування. Все частіше увага звертається саме на спеціальні знання, на які вкрай високий попит на ринку, що не можуть бути компенсовані особистісними якостями. Сертифікатні програми спрямовані саме на набуття випускниками професійних навичок, що дозволяють відповідати актуальним світовим стандартам та швидко адаптуватися до змін у глобальному бізнес середовищі, з якими зустрічаються спеціалісти у своїй роботі. Імплементація досвіду співпраці вищих навчальних закладів і бізнесу є необхідною умовою інноваційного розвитку країни та підвищення якості освіти.



Марина Бакланова:

Стратегічним напрямом модернізації вищої освіти України сьогодні залишається підвищення рівня професійної підготовки студентів за рахунок підвищення рівня якості освітніх послуг, що надаються студентам вищим навчальним закладом.

Вища школа має значний досвід щодо організації підготовки студентів, разом з тим залишається багато не вирішених питань. За результатами анкетування серед таких проблем можна виділити декілька основних: низька мотивація студентів щодо вивчення предметів; недостатній рівень активності навчально-пізнавальної діяльності студентів; невміння і небажання студентів працювати самостійно. Причини цих проблем можна умовно розбити на дві групи: перша – це ті причини, вплинути на вирішення яких окремий викладач самотужки не в змозі (соціальні, політичні, фінансові); друга – це причини, на які викладач може вплинути і вирішення яких залежить від його фахової, психолого-педагогіч-

ної і методичної підготовки, наявного програмного і методичного забезпечення навчального процесу. Виділимо лише декілька причин, які можна віднести до другої групи: домінування традиційних підходів і обмежене застосування нових педагогічних технологій у навчальному процесі ВНЗ; недостатня обізнаність викладачів щодо використання інформаційно-комунікаційних технологій при викладанні різних дисциплін; відсутність у викладачів реального практичного досвіду (особливо для економічних дисциплін). Вищезазначені причини є усуненими на рівні кожного ВНЗ.

Але, на нашу думку, найгострішою проблемою сьогодні у вищій освіті є підвищення конкурентоспроможності випускників ВНЗ та їх подальшого працевлаштування. Для цього потрібно кожному ВНЗ самостійно налагоджувати контакти із працедавцями та влаштовувати випускників, що під час світового економічного спаду не є реальним.

Тому тематика «круглого столу» та проведення анкетування щодо вивчення стану і дослідження задоволеності споживачів освітніх послуг, на нашу думку, є актуальною і необхідною кожному ВНЗ для грамотної побудови стратегії його розвитку.

Пропозиції:

- 1) доопрацювати зміст анкет;
- 2) передбачити об'єктивність оцінки під час анкетування у ВНЗ (зокрема, при аналізі особистостей респондентів);
- 3) продовжити практику проведення «круглих столів».

Олена Кравцова:

Освіта - це наука і мистецтво озброїти людей різного віку знаннями про труднощі і проблеми, з якими їм, імовірно, доведеться зіткнутися, та засобами подолання труднощів і розв'язання проблем. Вищого рівня професійної освіти — творчої майстерності — неможливо досягти без загальної гуманітарної освіти і без інноваційних підходів до розв'язання будь-яких проблем (соціально-економічних, виробничо-техноло-



гічних, економічних та ін.). Орієнтація на ці стратегічні напрями прийнятна, але консерватизм, властивий вищій школі, перешкоджає рухові вперед.

Головна мета інноваційної освіти — збереження і розвиток творчого потенціалу людини.

Проте сьогодні недостатньо творчості та проектування, використовувати інформаційні технології, впроваджувати програмне забезпечення в навчально - методичних комплексах. Освіту потрібно сприйняти як загальнолюдську цінність. Для цього насамперед необхідно зробити так, щоб вона розвивала гармонійне мислення, побудоване на поєднанні внутрішньої свободи особистості та її соціальної відповідальності, а також терпимості до інакомислення.

Сьогодні мисляча людина зобов'язана спостерігати, аналізувати, вносити пропозиції, відповідати за ухвалені рішення й уміти долати конфлікти й суперечності. А для цього вона повинна мати культуру, а також розуміти, що ніхто не може претендувати на істину в останній інстанції і жодну теорію не можна вважати універсальною і вічною.

Сьогодні ми як би заново народжуємось. Змінюється основа людської свідомості, багато з нас лишилися при своєму, хтось змінився, хтось досяг своєї мрії. Розкладання теперішнього життя по полицях досягнення відносної рівноваги як ґрунту до нових ідей – справа молодого покоління, тому що в першу чергу повинні розібратися вони. Нам, тобто, і мені теж, будувати на основі теперішнього ґрунту нові, світлі ідеї та реалізовувати їх у життя.

Як казав один з відомих майстрів слова: “Життя – це велика плита, на якій стоїть дім із безліччю надбудов та прибудов”. Нам потрібна лише надійна, міцна основа, на якій нам будувати цей дім. І ні в кого не виникне сумнівів, що головним засновником і будівничим має бути викладач - студент.