

УДК 378:338.465.4

Іван М. Грищенко, Світлана С. Гаркавенко, Тетяна М. Власюк

Київський національний університет технологій та дизайну

**РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ
ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВНЗ**

У статті обґрунтовано доцільність визначення результативності вступної кампанії як одного з інструментів оцінювання ефективності діяльності вищого навчального закладу. Для оцінювання результативності вступної кампанії рекомендується використовувати коефіцієнт, що визначається як відношення кількості зарахованих осіб до кількості заяв про вступ, поданих на певну спеціальність. Рівень привабливості окремих спеціальностей пропонується оцінювати, порівнюючи відсоток заповнення ліцензованих обсягів і динаміку кількості зарахованих осіб із середніми показниками вищого навчального закладу.

Ключові слова: *результативність вступної кампанії, рівень привабливості спеціальностей.*

Іван М. Грищенко, Светлана С. Гаркавенко, Татьяна Н. Власюк

Киевский национальный университет технологий и дизайна

**РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ВСТУПИТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ КАК ОДИН ИЗ
ИНСТРУМЕНТОВ ОЦЕНИВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ**

В статье обоснована целесообразность определения результативности вступительной кампании в качестве одного из инструментов оценивания эффективности деятельности высшего учебного заведения. Для оценивания результативности вступительной кампании рекомендуется использовать коэффициент, который рассчитывается путем деления количества зачисленных на обучение лиц к количеству заявлений, поданных на определенную специальность. Уровень привлекательности отдельных специальностей предлагается оценивать, сравнивая процент заполнения лицензионных объемов и динамику количества зачисленных лиц со средневузовскими показателями.

Ключевые слова: *результативность вступительной кампании, уровень привлекательности специальностей.*

Ivan M. Grishchenko, Svitlana S. Garkavenko, Tetiana M. Vlasiuk

Kyiv National University of Technology and Design

**ADMISSIONS CAMPAIGN PERFORMANCE AS A TOOL IN EVALUATING THE
UNIVERSITY EFFECTIVENESS**

The paper justifies the need to estimate the admissions campaign performance as a tool in evaluating the effectiveness of a higher education institution. To assess the effects of the admissions performance, it is recommended to apply a coefficient which is determined by the ratio of the number of enlisted persons to the number of applications submitted for a particular study program. The level of attractiveness of certain programs is suggested to be evaluated by comparing the share of filling the licensed volume and the dynamics of the number of persons enrolled for a particular program with the University average data.

Keywords: *admissions campaign performance, study program attractiveness level.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими й практичними завданнями. У процесі модернізації вищих навчальних закладів (ВНЗ) України, яка триває упродовж декількох останніх років, важливою проблемою є визначення показників їх ефективної діяльності. Конкуренція, що існує в сучасному ринковому середовищі, підвищує вимоги щодо управління об'єктами господарювання, яке базується на основі оцінювання

ефективності діяльності. Таке оцінювання є однією з актуальних проблем економічної діяльності не лише підприємств, але й освітніх організацій, закладів та установ, оскільки їх керівництво зобов'язане організувати процес управління таким чином, щоб забезпечити якнайповніше використання всіх наявних ресурсів і досягти високих кінцевих результатів освітньої діяльності.

Для того щоб вищий навчальний заклад міг управляти ефективністю й результативністю своєї освітньої діяльності, він мусить її контролювати. З цією метою керівництво ВНЗ повинно вміти здійснювати аналіз та оцінювання (вимірювання) результатів цієї діяльності, узявши за основу поставлені перед собою цілі.

Аналіз останніх публікацій із означеної проблеми. На ринку освітніх послуг України проводиться постійний моніторинг ВНЗ і складаються різні рейтинги, здебільшого орієнтовані на досягнення у навчально-виховній роботі. Рейтингування є важливим ефективним інструментом забезпечення та покращення якості вищої освіти. Рейтинги набули популярності серед абітурієнтів і їхніх батьків, вони також завойовують визнання серед академічної спільноти як засіб оцінювання якості й репутації вищого навчального закладу.

У таких умовах важливо підвищувати конкурентоспроможність ВНЗ, на яку впливає привабливість спеціальностей, за якими здійснюється підготовка майбутніх фахівців, що ґрунтується на зацікавленості абітурієнтів, враженнях, котрі склалися про рівень престижності вишу, його імідж.

Невирішені частини дослідження. Одним із основних аспектів рейтингового оцінювання діяльності ВНЗ є оцінювання контингенту студентів, який формується в результаті вступної кампанії. Перебіг і результати кожної вступної кампанії постійно висвітлюються на сайті МОН України, досліджуються багатьма громадськими організаціями. Ці дані фактично відображають макрорезультати (у цілому по країні) або характеризують недоліки в ході проведення вступної кампанії. Однак недостатньо висвітленими залишаються питання, пов'язані з дослідженням результативності вступної кампанії на мікрорівні (окремий ВНЗ). Необхідність дослідження цієї проблеми на належному рівні з урахуванням специфіки й особливостей розвитку ринку освітніх послуг в Україні зумовила вибір теми статті та визначила її мету й завдання.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні методичних підходів щодо оцінювання результативності вступної кампанії, визначення привабливості окремих спеціальностей як одного з основних інструментів оцінювання ефективності діяльності ВНЗ.

Виклад основних результатів і їх обговорення. Показники формування контингенту студентів безпосередньо впливають на ефективність діяльності вищого навчального закладу, оскільки це «окремий вид установи, яка є юридичною особою приватного або публічного права, діє згідно з виданою ліцензією на провадження освітньої діяльності на певних рівнях вищої освіти, проводить наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечує організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їхніх покликань, інтересів і здібностей» [1].

Вступна кампанія 2016 р. відрізнялася від минулорічної низкою нововведень, а саме: 1) уперше прийом до ВНЗ проводився за новим переліком спеціальностей; 2) подання всіх заяв до вишів здійснювалося лише в електронній формі, за винятком тих випадків, коли абітурієнти вступали за квотами, за результатами співбесіди або вступних іспитів; 3) позаконкурсний вступ було замінено на квоти; 4) відмінено цільовий прийом; 5) запроваджено новий принцип розподілу бюджетних місць для вступників на базі повної загальної середньої освіти (адресне розміщення державного замовлення).

Раніше саме міністерства та відомства визначали кількість бюджетних місць для підпорядкованих їм університетів. Після цього абітурієнти, володіючи інформацією про те, скільки бюджетних місць отримав ВНЗ, подавали документи на вступ і змагалися за право

навчатися безоплатно. Натомість адресне розміщення державного замовлення передбачає, що спочатку абітурієнти змагаються за право навчатися безоплатно в рамках загальноукраїнського рейтингу за кожною спеціальністю, а потім ті, хто таке право виборов, отримують умовний ваучер, тобто бюджетне місце, яке й приносять самостійно до обраного ними університету [2].

У 2016 р. до вищих навчальних закладів України було подано 2 млн. 11 тис. 62 заяви від 584 тис. осіб, що на 200 тис. заяв більше, ніж у 2015 р. В електронному вигляді подано 1 млн. 266 тис. 536 заяв. У паперовому вигляді до приймальних комісій надійшло 744,5 тис. заяв – це документи на вступ, які абітурієнти подавали на більшість спеціальностей магістратури, на молодшого спеціаліста, спеціаліста, а також заяви вступників пільгових категорій.

Десятку лідерів ВНЗ України за популярністю серед абітурієнтів очолювали такі навчальні заклади вищої освіти: КНУ імені Тараса Шевченка – 62 тис. 490 заяв, ЛНУ імені Івана Франка – 56 тис. 622 заяви, НУ «Львівська політехніка» – 54 тис. 599 заяв, НТУУ «Київський політехнічний інститут» (нині – НТУУ «Київський політехнічний інститут імені І. Сікорського») – 47 тис. 664 заяв і КНТЕУ – 40 тис. 206 заяв. Закривали десятку найбільш популярних вишів НАУ – 34 тис. 246 заяв, ДНУ імені О. Гончара – 33 тис. 415 заяв, ЧНУ імені Юрія Федьковича – 32 тис. 991 заява, ХНУ імені В. Н. Каразіна – 29 тис. 175 заяв та ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» – 27 тис. 462 заяви.

Як засвідчує дослідження, в Україні з року в рік серед вступників залишаються популярними одні й ті самі спеціальності: філологія, менеджмент, економіка та право, комп'ютерні науки [3].

У 2016 р. 184 тис. 778 абітурієнтів були рекомендовані до зарахування на місця державного замовлення на всі освітньо-кваліфікаційні рівні (ОКР) (освітні ступені). Так, рекомендацію до зарахування на місця держбюджету для здобуття освітнього ступеня «бакалавр» отримали 76 тис. 664 абітурієнта (з них близько 66 тис. вступників були зараховані на перший курс, та близько 10 тис. – за скороченою програмою на бакалаврат на базі молодшого спеціаліста), освітнього ступеня «магістр» – 24 тис. 189, ОКР «спеціаліст» – 12 тис. 546 та ОКР «молодший спеціаліст» – 71 тис. 379 вступників [4].

Згідно з результатами розподілу бюджетних місць за адресним розміщенням перше місце в рейтингу ТОП-20 вищих навчальних закладів, що отримали найбільшу кількість додаткових місць держзамовлення, дісталось НУ «Львівська політехніка» – порівняно з минулим роком цей ВНЗ отримав 498 додаткових місць; друге місце посів КНУ імені Тараса Шевченка – 393 додаткові місця, на третій сходинці рейтингу – ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», якому було додано 253 додаткові місця. Варто зауважити, що додаткові місця отримали не лише столичні, а й регіональні виші – 11 з 20 ВНЗ у названому рейтингу. Зокрема, окрім «Львівської політехніки», до першої десятки увійшли такі регіональні ВНЗ, як ХНУ імені В. Н. Каразіна – 231 додаткове місце, ЛНУ імені Івана Франка – 210 додаткових місць, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка – 174 додаткові місця, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича – 169 додаткових місць. Закривають цей ТОП-20 такі регіональні виші: Луцький національний технічний університет – 122 додаткові місця, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки – 119 додаткових місць, Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка – 117 додаткових місць, ЛНУ ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького – 116 додаткових місць, Сумський державний університет – 115 додаткових місць, ХНУ радіоелектроніки – 98 додаткових місць [5].

За результатами прийому на всі освітньо-кваліфікаційні рівні (освітні ступені) визначено спеціальності з найбільшим обсягом бюджетних місць (ТОП-10) (рис. 1).

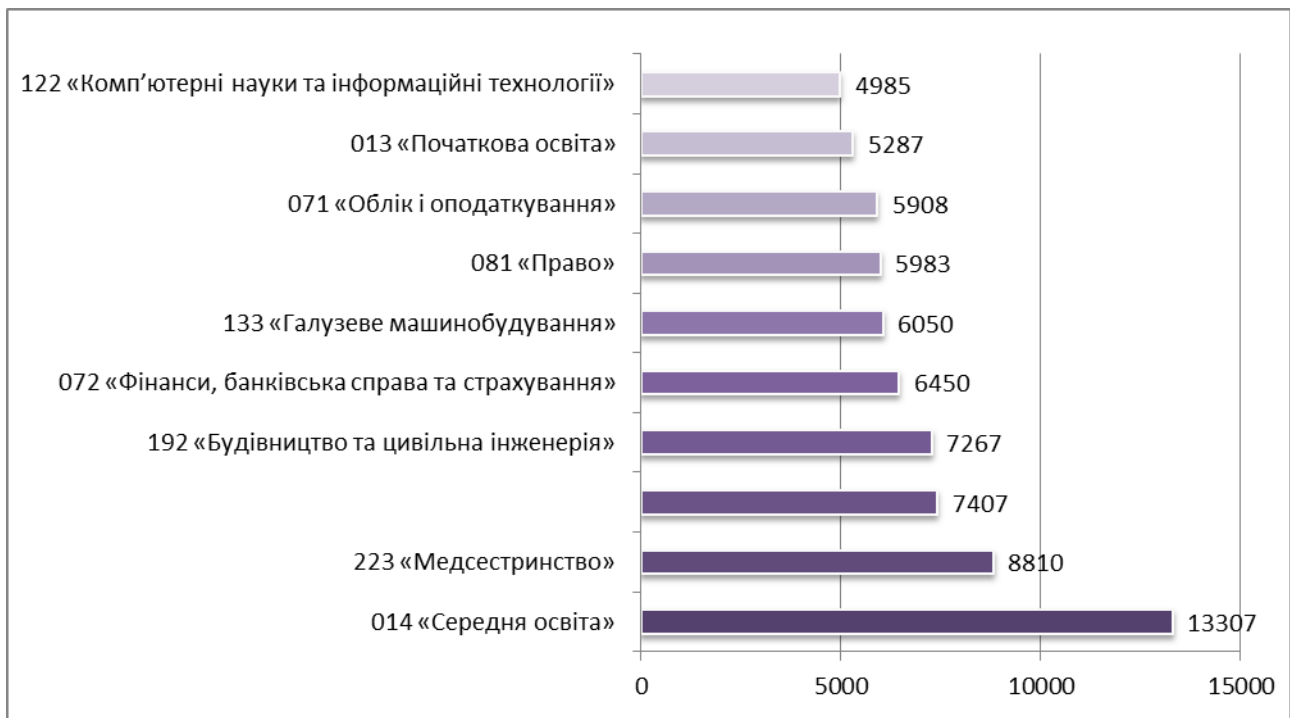


Рис. 1. ТОП-10 спеціальностей із найбільшим обсягом місць державного замовлення
 Джерело: побудовано за даними [6].

Серед лідерів вступної кампанії щодо розподілу місць державного замовлення – такі спеціальності: 014 «Середня освіта» – 13 тис. 307 місць, 223 «Медсестринство» – 8 тис. 810 місць та 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» – 7 тис. 407 місць.

Лідерами серед спеціальностей щодо зарахування за кошти фізичних і юридичних осіб залишалися такі: 081 «Право» – 19 тис. 302 місця, 073 «Менеджмент» – 9 тис. 328 місць та 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» – 8 тис. 707 місць (рис. 2).

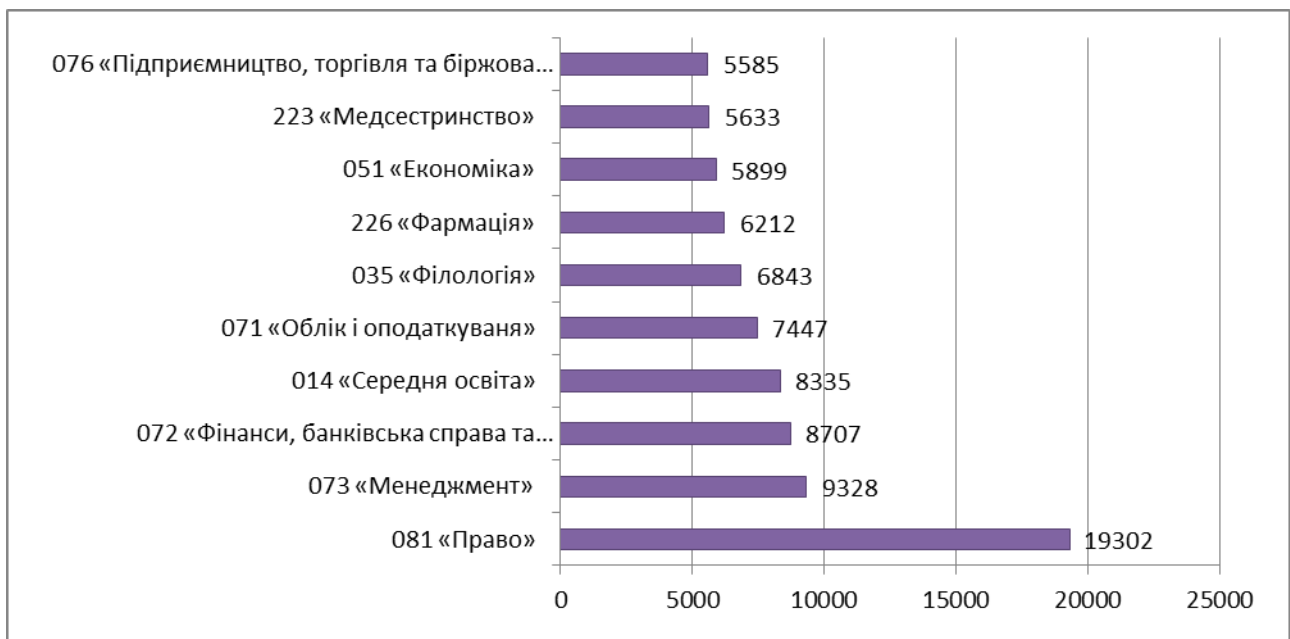


Рис. 2. ТОП-10 спеціальностей, що набули найбільшу популярність серед осіб, які зараховані на навчання за контрактом
 Джерело: побудовано авторами публікації за даними [7].

Загалом у 2016 р. до українських вищих навчальних закладів на денну форму навчання вступили 465 тис. 283 абітурієнта. При цьому за державним замовленням зараховано 237 тис. 625 абітурієнтів, а на навчання за контрактом – 227 тис. 654. Таким чином, майже половина зарахованих у цьому році до українських ВНЗ абітурієнтів (49% від загального обсягу) навчатимуться за кошти юридичних і фізичних осіб.

До Київського національного університету технологій та дизайну (КНУТД) у 2016 р. подано 11 495 заяв про вступ, що на 1875 (19,5%) заяв більше, ніж у 2015 р. (рис. 3).

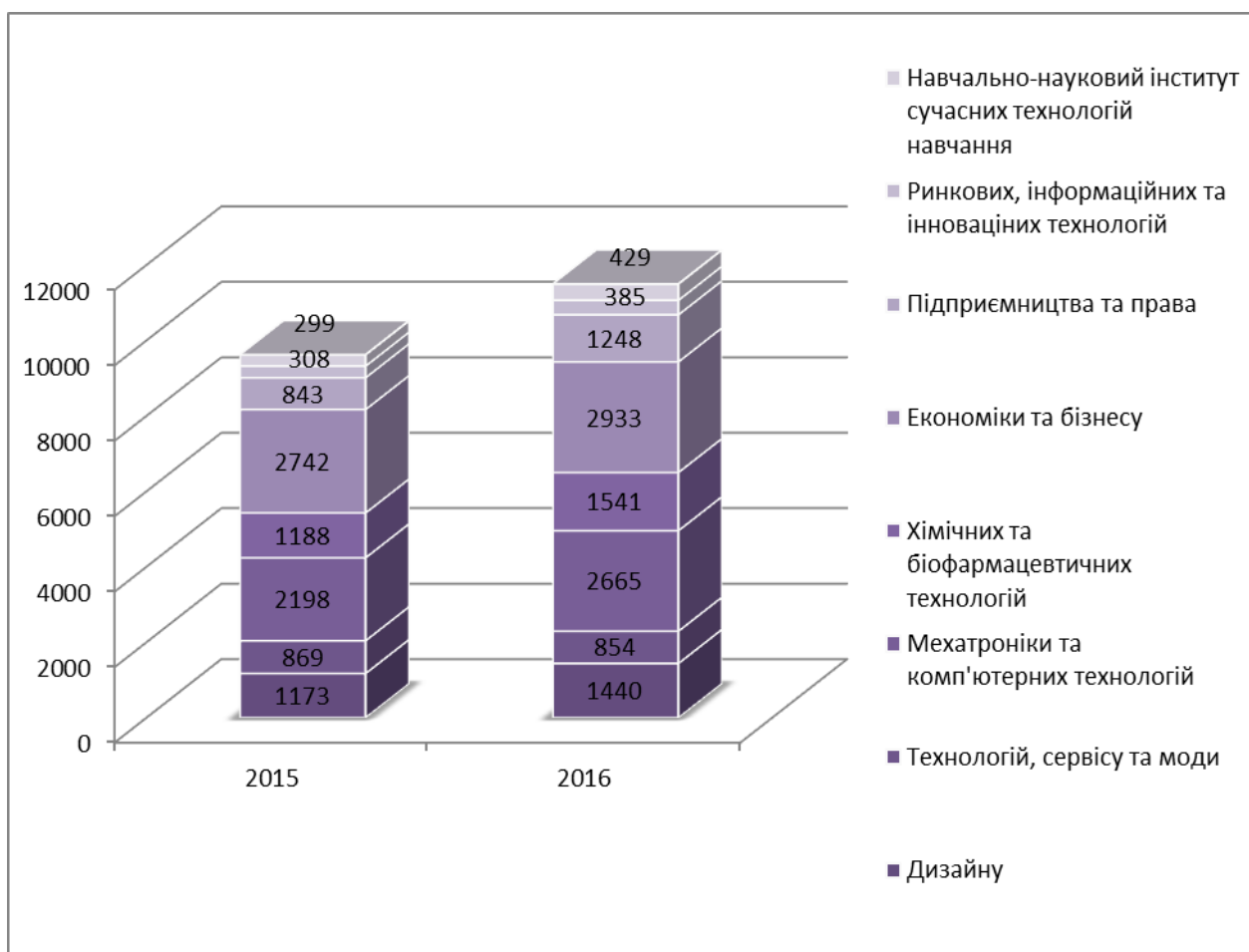


Рис. 3. Динаміка кількості заяв про вступ, поданих до КНУТД у 2015–2016 рр. (за факультетами)

Джерело: побудовано авторами публікації за даними [9, 10].

Лідерами за кількістю поданих заяв залишаються факультети: мехатроніки та комп'ютерних технологій, економіки та бізнесу, хімічних та біофармацевтичних технологій, дизайну.

Найбільш популярними спеціальностями за кількістю поданих заяв про вступ залишаються такі спеціальності: 022 «Дизайн», 182 «Технології легкої промисловості», 073 «Менеджмент», 122 «Комп'ютерні науки та інформаційні технології», 226 «Фармація» та 081 «Право». Така конкурсна ситуація відображає профільність ВНЗ та відповідає загальнонаціональним тенденціям (рис. 4).

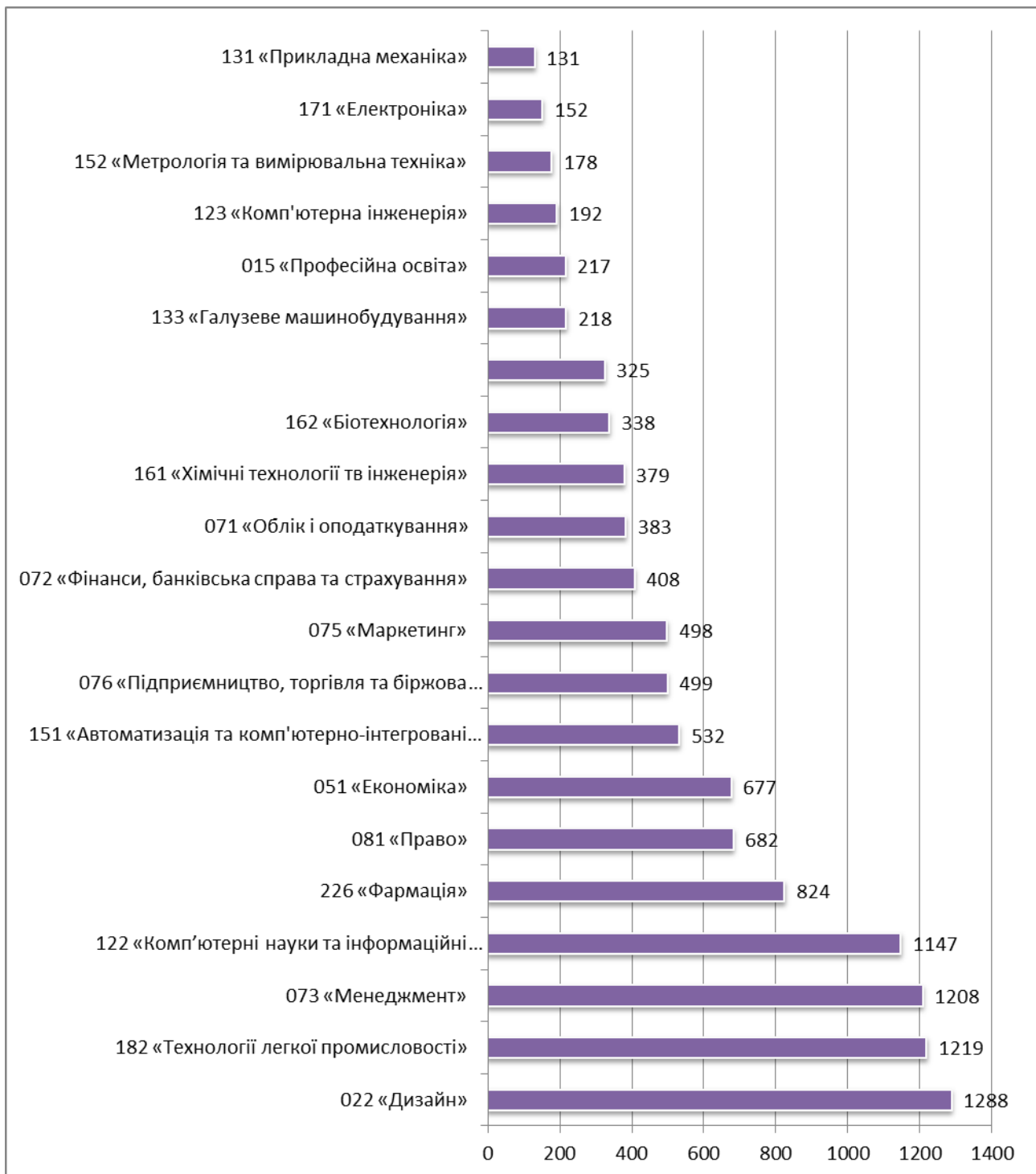


Рис. 4. Кількість заяв про вступ, що подані до КНУТД у 2016 р., у розрізі спеціальностей

Джерело: побудовано авторами публікації за даними [8].

Кількість осіб, зарахованих на навчання до КНУТД у 2016 р., збільшилася порівняно з 2015 р. на 370 осіб (12,55%) (табл. 1) [9; 10]. Кількість осіб, зарахованих за освітнім ступенем «бакалавр», зросла на 83 особи (4,31%), за освітнім ступенем «магістр» – на 317 осіб (42,27%). Кількість осіб, які були зараховані на навчання для здобуття ОКР «спеціаліст», скоротилася на 30 осіб (10,95%). Це пояснюється тим, що набір за вказаним освітньо-кваліфікаційним рівнем у 2016 р. здійснювався востаннє.

Таблиця 1

Динаміка кількості осіб, зарахованих до КНУТД у 2015–2016 рр.

Освітній ступінь (ОКР)	Прийом 2015 р.			Прийом 2016 р.			Відхилення, 2016 / 2015		
	Бюджет	Контракт	РАЗОМ	Бюджет	Контракт	РАЗОМ	Бюджет	Контракт	РАЗОМ
Бакалавр	762	1163	1925	732	1276	2008	-30	+113	+83
Спеціаліст	56	218	274	59	185	244	+3	-33	-30
Магістр	331	419	750	586	481	1067	+255	+62	+317
<i>Усього</i>	<i>1149</i>	<i>1800</i>	<i>2949</i>	<i>1377</i>	<i>1942</i>	<i>3319</i>	<i>+228</i>	<i>+142</i>	<i>+370</i>

Джерело: складено авторами публікації за [9, 10].

ТОП-10 спеціальностей за кількістю зарахованих осіб за всіма освітніми ступенями (освітньо-кваліфікаційними рівнями) очолюють профільні для КНУТД спеціальності, а саме: технології легкої промисловості, дизайн, менеджмент. Також серед лідерів вступної кампанії такі спеціальності, як комп'ютерні науки та інформаційні технології; фармація; економіка; облік і оподаткування; фінанси, банківська справа та страхування; право; хімічні технології та інженерія (рис. 5).



Рис. 5. ТОП-10 спеціальностей за кількістю осіб, зарахованих до КНУТД у 2016 р. за освітніми ступенями «бакалавр», «магістр» та ОКР «спеціаліст»

Джерело: побудовано за даними [10].

Під час оцінювання результативності вступної кампанії виявлено, що збільшення кількості поданих заяв про вступ пропорційно не позначилося на контингенті зарахованих осіб, оскільки темпи приросту кількості поданих заяв (19,5%) перевищують темпи приросту кількості зарахованих осіб (12,55%).

Формування й розвиток ринку послуг вищої освіти зумовлює виникнення в суб'єктів, що діють на ньому, потреби в інформації, яка необхідна для прийняття більш усвідомлених управлінських рішень [11]. Світовий досвід і практика господарювання свідчать про велику кількість розроблених підходів, моделей, методик оцінювання ефективності діяльності на різних об'єктних рівнях і рекомендацій щодо їх застосування в реальних умовах [12].

При цьому, як зазначив відомий фахівець з питань управління Пітер Друкер, «можливо, ці “вимірювання” будуть не кількісними, а якісними; можливо, вони будуть не зовсім точними, а будуть допущені деякі відхилення у показниках. Головне, вони повинні бути чіткими, простими і раціональними» [13].

З метою оцінювання результативності вступної кампанії автори пропонують використовувати відповідний коефіцієнт ($K_{РВК}$), який визначається як відношення кількості зарахованих осіб до кількості заяв, поданих на певну спеціальність (освітній ступінь, факультет, ВНЗ тощо):

$$K_{РВК} = \frac{K_{30}}{K_{ПЗ}} \rightarrow 1, \quad (1)$$

де $K_{РВК}$ – коефіцієнт результативності вступної кампанії;
 K_{30} – кількість зарахованих осіб;
 $K_{ПЗ}$ – кількість поданих заяв.

Результати проведеного оцінювання результативності вступної кампанії на прикладі Київського національного університету технологій та дизайну в розрізі факультетів та освітніх ступенів (ОКР) наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Оцінювання результативності вступної кампанії у КНУТД у 2015–2016 рр.

Рік	Факультет*	Освітній ступінь (освітньо-кваліфікаційний рівень)								Середній показник по факультету
		Бакалавр				Спеціаліст		Магістр		
		Курс, форма навчання				Форма навчання				
		1 курс, денна	1 курс, заочна	2, 3 курси, денна	2, 3 курси, заочна	денна	заочна	денна	заочна	
2015	Д	0,28	0,24	0,39	0,75	–	–	0,74	0,30	0,39
	TСM	0,20	0,35	0,58	0,47	0,95	–	0,85	0,57	0,40
	MKT	0,10	0,67	0,41	0,72	-	0,88	0,95	0,59	0,24
	XBT	0,13	0,41	0,82	0,74	0,59	1,00	0,52	0,67	0,28
	ФЕБ	0,08	0,83	0,41	0,68	0,20	0,94	0,67	0,81	0,23
	ПП	0,08	0,83	0,41	0,68	0,20	0,94	0,67	0,81	0,23
	PIIT	0,13	1,00	0,73	0,87	0,81	0,96	0,91	–	0,53
	ННІСТН	–	0,86	–	0,94	–	0,80	–	0,73	0,90
Середній показник	0,13	0,52	0,50	0,77	0,65	0,94	0,71	0,64	0,31	
2016	Д	0,23	0,42	0,45	0,23	-	-	0,79	0,60	0,33
	TСM	0,14	-	0,70	0,55	0,79	-	0,94	0,36	0,38
	MKT	0,09	0,88	0,45	0,44	-	-	0,77	0,50	0,20
	XBT	0,08	0,05	0,67	0,73	0,46	0,66	0,63	0,46	0,20
	ФЕБ	0,06	0,33	0,46	0,86	0,56	0,91	0,74	0,76	0,24
	ПП	0,07	0,36	0,52	0,78	0,59	0,81	0,44	0,64	0,22
	PIIT	0,07	0,75	0,52	0,63	0,47	0,94	0,78	-	0,34
	ННІСТН	-	0,64	-	0,89	-	0,83	-	0,76	0,84
Середній показник	0,10	0,46	0,51	0,75	0,52	0,83	0,73	0,62	0,27	

*Примітка. Д – факультет дизайну; TСM – факультет технологій, сервісу та моди; MKT – факультет мехатроніки та комп’ютерно-інтегрованих технологій; XBT – факультет хімічних та біофармацевтичних технологій; ФЕБ – факультет економіки та бізнесу; ПП – факультет підприємництва та права; PIIT – факультет ринкових інформаційних та інноваційних технологій; ННІСТН – Навчально-науковий інститут сучасних технологій навчання.

Джерело: складено авторами публікації за даними [9, 10].

Результати дослідження засвідчили, що показники результативності вступної кампанії у 2016 р. порівняно з 2015 р. зменшилися з 31% до 27%. Тобто, якщо в 2015 р. до університету була зарахована кожна третя особа, яка подала заяву про вступ, то в 2016 р. – лише кожна четверта особа.

Найвищий показник результативності спостерігається при вступі на здобуття освітнього рівня «магістр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст»), що пояснюється професійною спрямованістю вступників, оскільки вони вже отримали ступінь бакалавра за певною спеціальністю. При вступі до університету для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» за денною формою навчання найвище значення коефіцієнта, розрахованого за формулою (1), спостерігалось на факультеті технологій, сервісу та моди (2015 р. – 0,95, 2016 р. – 0,79), за заочною формою навчання – на факультеті ринкових, інформаційних та інноваційних технологій (2015 р. – 0,96, 2016 р. – 0,94). При вступі на навчання для здобуття освітнього ступеня «магістр» за денною формою навчання найвище значення коефіцієнта було в 2015 р. на факультеті мехатроніки та комп'ютерних технологій (0,95); у 2016 р. – на факультеті технологій, сервісу та моди (0,94); за заочною формою навчання в 2015 р. – на факультетах економіки та бізнесу (0,81), а також факультеті підприємництва та права (0,81); у 2016 р. – на факультеті економіки та бізнесу (0,76) та у Навчально-науковому інституті сучасних технологій навчання (0,76).

Аналіз результативності вступної кампанії за освітнім ступенем «бакалавр» на базі повної загальної середньої освіти дав змогу зробити висновок про те, що найвищий показник спостерігається на профільних для КНУТД факультетах. Так, за результатами вступної кампанії 2015 р. коефіцієнт складав: на факультеті дизайну – 0,28, на факультеті технологій, сервісу та моди – 0,20; у 2016 р. цей коефіцієнт становив відповідно 0,23 та 0,14.

Також виявлено тенденцію щодо вищої результативності за заочною формою навчання (окрім освітнього ступеня «магістр») порівняно з денною формою навчання.

Найнижче значення коефіцієнта було отримане по КНУТД при оцінюванні результативності вступної кампанії на перший курс денної форми навчання. Так, у 2015 р. число значення коефіцієнта дорівнювало 0,13, а в 2016 р. – 0,10. Тобто, у 2015 р. кожен восьмий абітурієнт із числа тих, хто подав заяви на вступ, виконав умови прийому та був зарахований на навчання до університету, у 2016 р. – це був кожен десятий. Низька результативність пояснюється, в основному, електронною подачею заяв, що унеможливило спілкування членів приймальної комісії із вступниками безпосередньо під час подачі документів. Тому ВНЗ необхідно ознайомлювати вступників з університетом і спеціальностями до початку вступної кампанії, надавати більше інформації через сайт університету, розповсюджувати рекламно-агітаційні матеріали, використовувати засоби масової інформації.

Позитивними, на нашу думку, є зміни в Умовах прийому на навчання до вищих навчальних закладів України в 2017 році щодо скорочення кількості заяв, які кожен абітурієнт може подати при вступі за державним замовленням. Так, замість 15 заяв на 5 спеціальностей вступники можуть подавати 9 заяв на 4 спеціальності. Ця тенденція може вплинути на підвищення результативності вступної кампанії.

З метою визначення основних стратегічних напрямів підвищення результативності вступної кампанії для будь-якого ВНЗ важливим є визначення того, які спеціальності користуються найбільшою привабливістю у вступників, а які викликають низький рівень зацікавленості. З метою оцінювання привабливості спеціальностей пропонуємо використовувати такі критерії: 1) динаміка кількості поданих заяв; 2) відсоток заповнення ліцензованих обсягів. Ці дані порівнюються із середніми показниками по ВНЗ, що надає змогу розбити всі спеціальності на чотири квадранти: *I квадрант* – спеціальності, що мають пріоритетний рівень привабливості; *II квадрант* – спеціальності, котрі мають високий рівень привабливості; *III квадрант* – спеціальності, які мають середній рівень привабливості; *IV квадрант* – спеціальності, що мають низький рівень привабливості.

Для практичної реалізації запропонованих методичних підходів визначено динаміку кількості осіб, зарахованих у 2016 р. порівняно з 2015 р., та відсотки заповнення

ліцензованих обсягів для першого курсу денної форми навчання на прикладі Київського національного університету технологій та дизайну (табл. 3).

Таблиця 3

Вихідні дані для оцінювання привабливості спеціальностей ВНЗ для вступників денної форми навчання на базі повної загальної середньої освіти КНУТД

№ з/п	Шифр спеціальності	Назва освітньої програми (спеціальності)	Умовне позначення	Динаміка кількості зарахованих осіб, %	Заповнення ліцензованих обсягів, %
1	051	Економіка підприємства (РІТ)	051Ч	–	–
2	076	Бізнес-технології у підприємстві	076БТУП	26,67	13,33
3	182	Проектування взуття та галантерейних виробів	182В	33,33	9,33
4	182	Експертиза текстильних матеріалів та виробів	182Е	40,00	16,00
5	051	Економіка підприємства	51ЕП	50,00	12,50
6	071	Облік, аудит і оподаткування	071	50,00	5,45
7	015	Технологія виробів легкої промисловості	015ПТ	50,00	11,11
8	022	Дизайн (РІТ)	022Ч	50,00	3,33
9	141	Електрообутова техніка	141ЕТ	55,56	30,00
10	182	Технології та дизайн трикотажу	182Т	57,14	24,00
11	171	Електронні пристрої та системи	171	58,82	25,00
12	162	Біотехнологія	162	61,90	26,00
13	151	Автоматизоване управління технологічними процесами	151	76,00	38,00
14	226	Технології фармацевтичних препаратів	226	76,92	33,33
15	073	Менеджмент	073	77,94	27,89
16	076	Підприємництво та комерційна діяльність	076ПКД	80,00	32,00
17	015	Технологія виробів легкої промисловості. Дизайн	015ПД	88,89	53,33
18	182	Конструювання та технології швейних виробів	182Ш	94,74	18,00
19	075	Бізнес-маркетинг та комунікації	075	96,00	30,00
20	022	Дизайн (за видами)	022	98,27	94,44
21	152	Метрологія та інформаційно-вимірювальна техніка	152МВ	100,00	12,00
22	123	Комп'ютерна інженерія	123Ч	100,00	14,00
23	182	Технології легкої промисловості (РІТ)	182Ч	100,00	3,33
24	161	Хімічні технології та інженерія	161	116,00	14,50
25	133	Машинобудування	133	133,33	24,00
26	122	Інформаційні технології проектування	122	137,04	74,00
27	051	Економічна кібернетика	051ЕК	146,15	76,00
28	072	Фінансово-кредитна діяльність суб'єктів господарювання	072	171,43	32,00
28	141	Електротехніка та електротехнології	141ЕЕТ	175,00	30,00
30	152	Метрологія, стандартизація та сертифікація	152МС	175,00	14,00
31	182	Моделювання, конструювання та художнє оздоблення виробів легкої промисловості	182ШМК	205,00	54,67
32	081	Господарсько-правова діяльність	081	273,68	86,67
33	131	Прикладна механіка	131	550,00	11,00
Середнє значення по ВНЗ				94,75	31,19

Джерело: складено авторами публікації за даними [9, 10].

Виявлено, що в 2016 р. на перший курс денної форми навчання зараховано на 5,25% осіб менше, ніж у 2015 р. Середній відсоток заповнення ліцензованих обсягів склав 31,19%. Оцінку привабливості спеціальностей за обраними критеріями наведено на *рисунку 6*.

Заповнення ліцензованих обсягів
 (середнє значення – 31,19%)

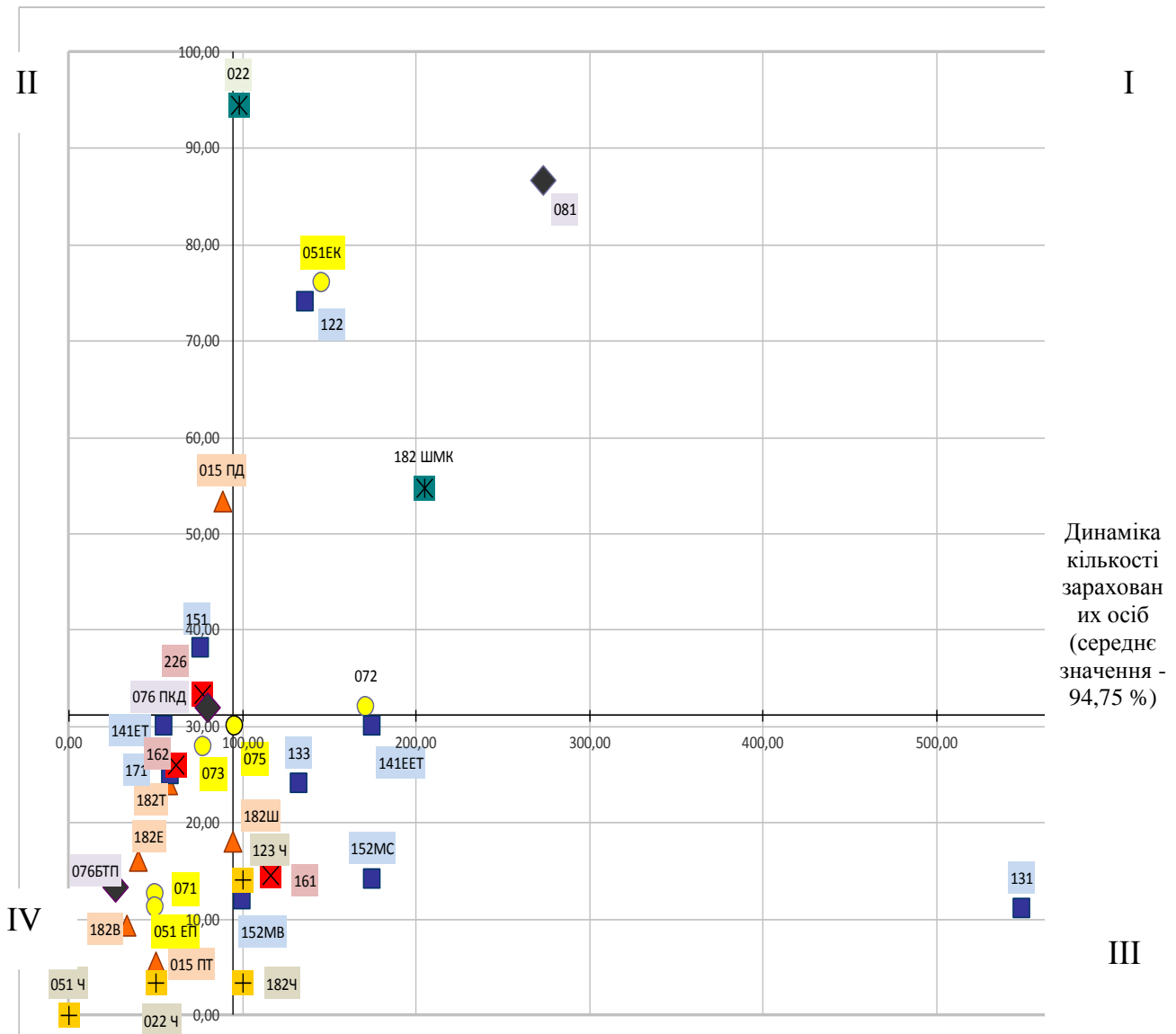


Рис. 6. Оцінювання рівня привабливості спеціальностей для вступників денної форми навчання на базі повної загальної середньої освіти КНУТД

Джерело: складено авторами публікації за даними [9, 10].

Порівняння вищенаведених параметрів за окремими спеціальностями із середніми показниками по ВНЗ дали змогу класифікувати спеціальності за рівнем їх привабливості:

1) *пріоритетний рівень привабливості* – 022 «Дизайн» (за видами), 081 «Право. Господарсько-правова діяльність», 051 «Економіка. Економічна кібернетика», 122 «Комп'ютерні науки та інформаційні технології. Інформаційні технології проектування», 182 «Моделювання, конструювання та художнє оздоблення виробів легкої промисловості», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування. Фінансово-кредитна діяльність суб'єктів господарювання»;

2) *високий рівень привабливості* – 015 «Професійна освіта. Технологія виробів легкої промисловості. Дизайн», 151 «Автоматизоване управління технологічними процесами», 226 «Фармація. Технології фармацевтичних препаратів», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Підприємництво та комерційна діяльність»;

3) *середній рівень привабливості* – 075 «Маркетинг. Бізнес-маркетинг та комунікації», 133 «Галузеве машинобудування. Машинобудування», 131 «Прикладна механіка», 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка. Електротехніка та електротехнології», 182 «Технології легкої промисловості. Конструювання та технології швейних виробів», 123 «Комп'ютерна інженерія», 152 «Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка», 161 «Хімічні технології та інженерія»;

4) *низький рівень привабливості* – 162 «Біотехнологія», 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка. Електропобутова техніка», 073 «Менеджмент», 171 «Електроніка. Електронні системи», 182 «Технології та дизайн трикотажу», 182 «Експертиза текстильних матеріалів та виробів», 182 «Проектування взуття та галантерейних виробів», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Бізнес-технології у підприємстві», 071 «Облік і оподаткування. Облік, аудит і оподаткування», 051 «Економіка. Економіка підприємства», 015 «Професійна освіта. Технологія виробів легкої промисловості». 022 «Дизайн» (РІТ), 051 «Економіка. Економіка підприємства» (РІТ).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати проведеного дослідження визначають основний вектор стратегічних напрямів розвитку спеціальностей у конкретному ВНЗ. Оскільки стратегія розвитку спеціальностей так чи інакше корелює з рівнем результативності вступної кампанії, то кожен ВНЗ повинен планувати способи залучення майбутніх студентів. Щоб зберегти й підвищити попит на спеціальності, які мають пріоритетний рівень привабливості, можна порекомендувати посилення профорієнтаційної роботи; для спеціальностей, котрі мають високий рівень привабливості, варто підвищити рівень результативності вступної кампанії (тобто збільшити значення коефіцієнта $K_{РВК}$); для спеціальностей, що входять до третього квадранта і мають середній рівень привабливості, доцільно використати стратегію оптимізації ліцензійних обсягів. З метою підвищення рівня зацікавленості спеціальностями з низьким рівнем привабливості можуть бути використані такі стратегічні напрями: укрупнення освітніх програм і впровадження нових, підвищення результативності вступної кампанії, оптимізація ліцензованих обсягів.

Також науково-педагогічним колективам необхідно спрямувати зусилля на підвищення конкурентоспроможності освітньої діяльності ВНЗ як однієї з передумов збільшення контингенту студентів, які навчаються. Досягти цього можна шляхом ліцензування нових спеціальностей і збільшення ліцензованих обсягів за спеціальностями, де є 100% їх використання, за рахунок зменшення ліцензованого обсягу непривабливих спеціальностей. Одним із перспективних напрямів збільшення результативності вступної кампанії є також створення регіональних центрів підготовки до зовнішнього незалежного оцінювання на базі провідних підприємств галузі та проведення Всеукраїнських олімпіад на базі вищих навчальних закладів.

Отже, здійснене дослідження переконує в тому, що на сучасному етапі реформування освітньої галузі вищі навчальні заклади повинні розробляти інструменти для збирання та моніторингу інформації щодо результативності вступної кампанії, формувати механізми управління ефективністю якості освітніх послуг, а також утілювати в життя заходи для покращення показників роботи з метою підвищення рівня свого економічного розвитку в конкурентному середовищі.

Література

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2014. – № 37–38. – Ст. 2004. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Економіка вступної кампанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : gazeta.dt.ua/EDUCATION/ekonomika-vstupnoyi-kampaniyi-.html.

3. В цьому році абітурієнти подали більше 2 млн. заяв [Електронний ресурс] // офіц. сайт МОН України. – Режим доступу : <http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/07/28/inna-sovsun-v-czomu-roczy-abiturienti-podali-bilshe-2mln-zayav/>
4. Вступ 2016: 184 тис. 778 абітурієнтів рекомендовані до зарахування на держбюджет – виші чекають на оригінали їх документів [Електронний ресурс] // офіц. сайт МОН України. – Режим доступу : <http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/08/01/vstup-2016-184tis-778-abiturientiv-rekomendovani-do-2/>
5. «Місце йде за абітурієнтом»: ТОП-20 ВНЗ, що збільшили держзамовлення [Електронний ресурс] // офіц. сайт МОН України. – Режим доступу : <http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/08/01/%E2%80%9Cmiscze-jde-za-abiturientom%E2%80%9D-top-20-vnz,-shho-zbilshili-derzhzamovlennya/>
6. ТОП-10 спеціальностей за кількістю бюджетників: до трійки увійшла спеціальність 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» [Електронний ресурс] // офіц. сайт МОН України. – Режим доступу : http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/08/09/top-10-speczialnostej*/
7. ТОП-10 спеціальностей за кількістю контрактників: «Право» зберігає першість [Електронний ресурс] // офіц. сайт МОН України. – Режим доступу : http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/08/15/top-10-speczialnostej*,-za-kilkisty-kontraktnikov-%E2%80%9Cpravo%E2%80%9D-zberigae-pershist/
8. Інформаційна система «Конкурс». Вступ до вищих навчальних закладів України I–IV рівнів акредитації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vstup.info/>
9. Форма 2-3 нк «Звіт вищого навчального закладу на початок 2015/2016 навчального року» [Електронний ресурс] // ЄДЕБО. – Режим доступу : <http://192.168.1.100/Views/RegulationDocumentView2.aspx?IdD=1797242&dt=5&uk=dfd43f08-7aed-44ba-a9a7-7aab439a1556>.
10. Форма 2-3 нк «Звіт вищого навчального закладу на початок 2016/2017 навчального року» [Електронний ресурс] // ЄДЕБО. – Режим доступу : <http://192.168.1.100/Views/RegulationDocumentView2.aspx?IdD=2637270&dt=5&uk=dfd43f08-7aed-44ba-a9a7-7aab439a1556>.
11. Кратт О. А. Сегментація ринку послуг вищої освіти: використання системного підходу / О. А. Кратт, М. Г. Слоква. – Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2005. – 292 с.
12. Грищенко І. М. Професійна освіта в системі економічних досліджень / І. М. Грищенко. – К. : Грамота, 2014. – 384 с.
13. Друкер П. Энциклопедия менеджмента : пер. с англ. / П. Друкер. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2008. – 432 с.

References

1. Zakon Ukrayiny «Pro vyshchu osvitu» vid 01.07.2014 r. № 1556-VII [Elektronnyy resurs] // Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny (VVR). – 2014. – № 37–38. – St. 2004. – Rezhym dostupu : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Ekonomika vstupnoyi kampaniyi [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : gazeta.dt.ua/EDUCATION/ekonomika-vstupnoyi-kampaniyi-.html.
3. V ts'omu rotsi abituriyenty podaly bil'she 2 mln. zayav [Elektronnyy resurs] // ofits. sayt MON Ukrayiny. – Rezhym dostupu : <http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/07/28/inna-sovsun-v-czomu-roczy-abiturienti-podali-bilshe-2mln-zayav/>
4. Vstup 2016: 184 tys. 778 abituriyentiv rekomendovani do zarakhuvannya na derzhbyudzheth – vyshi chekayut' na oryhinaly yikh dokumentiv [Elektronnyy resurs] // ofits. sayt MON Ukrayiny. – Rezhym dostupu : <http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/08/01/vstup-2016-184tis-778-abiturientiv-rekomendovani-do-2/>

5. «Mistse yde za abituriyentom»: TOP-20 VNZ, shcho zbil'shyly derzhzamovlennya [Elektronnyy resurs] // ofits. sayt MON Ukrayiny. – Rezhym dostupu : <http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/08/01/%E2%80%9Cmiscze-jde-za-abituriyentom%E2%80%9D-top-20-vnz,-shho-zbilshili-derzhzamovlennya/>
6. TOP-10 spetsial'nostey za kil'kistyu byudzhetykiv: do triyky uviyshla spetsial'nist' 141 «Elektroenerhetyka, elektrotehnika ta elektromekhanika» [Elektronnyy resurs] // ofits. sayt MON Ukrayiny. – Rezhym dostupu : http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/08/09/top-10-speczialnostej*/
7. TOP-10 spetsial'nostey za kil'kistyu kontraktykiv: «Pravo» zberihaye pershist' [Elektronnyy resurs] // ofits. sayt MON Ukrayiny. – Rezhym dostupu : http://mon.gov.ua/usi-novivni/novini/2016/08/15/top-10-speczialnostej*,-za-kilkistyu-kontraktnikiv-%E2%80%9Cpravo%E2%80%9D-zberigae-pershist/
8. Informatsiyna systema «Konkurs». Vstup do vyshchyykh navchal'nykh zakladiv Ukrayiny I–IV rivniv akredytatsiyi [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://vstup.info/>
9. Forma 2-3 nk «Zvit vyshchoho navchal'noho zakladu na pochatok 2015/2016 navchal'noho roku» [Elektronnyy resurs] // YeDEBO. – Rezhym dostupu : <http://192.168.1.100/Views/RegulationDocumentView2.aspx?IdD=1797242&dt=5&uk=dfd43f08-7aed-44ba-a9a7-7aab439a1556>.
10. Forma 2-3 nk «Zvit vyshchoho navchal'noho zakladu na pochatok 2016/2017 navchal'noho roku» [Elektronnyy resurs] // YeDEBO. – Rezhym dostupu : <http://192.168.1.100/Views/RegulationDocumentView2.aspx?IdD=2637270&dt=5&uk=dfd43f08-7aed-44ba-a9a7-7aab439a1556>.
11. Kratt O. A. Sehmentatsiya rynku posluh vyshchoyi osvity: vykorystannya systemnoho pidkhodu / O. A. Kratt, M. H. Slokva. – Donets'k : TOV «Yuho-Vostok, Ltd», 2005. – 292 s.
12. Hryshchenko I. M. Profesiyna osvita v systemi ekonomichnykh doslidzhen' / I. M. Hryshchenko. – K. : Hramota, 2014. – 384 s.
13. Druker P. Entsiklopediya menedzhmenta : per. s angl. / P. Druker. – M. : OOO «I. D. Vil'yams», 2008. – 432 s.