

Конкурс якості як чинник конкурентоспроможності ВНЗ



У статті розкрито роль конкурсів з якості, як чинників конкурентоспроможності вищого навчального закладу (ВНЗ). На прикладі Національного університету біоресурсів і природокористування України (НУБіП) представлено складники та індикатори критеріїв ВНЗ за моделлю ділової досконалості Європейського фонду менеджменту якості (European Foundation for Quality Management – EFQM).



І. Тавлуй

ВСТУП

Успішне формування ринкового простору визначається гнучким використанням законів конкуренції. Рівень конкурентоспроможності організації — відображення результатів роботи усіх її служб. Основні фактори, що визначають конкурентоспроможність компанії: стратегія, наявність відповідних матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту та випуск конкурентоспроможної продукції. При цьому, конкурентоспроможність організації та її продукції співвідносяться між собою як частина і ціле.

Для вищої школи конкурентоспроможність загалом визначається якістю освітніх послуг, попитом вступників на освітні послуги конкретного ВНЗ і затребуваністю випускників на ринку праці, та включає комплекс характеристик, що у сукупності забезпечують певну позицію в освітньому та соціальному середовищі, іншими словами — імідж [1]

Загальні критерії, що повинні забезпечувати якість освітніх послуг, визначені вимогами до державного ліцензування на реалізацію освітньої діяльності, визначеними Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України, до яких належать: концепція діяльності навчального закладу за заявленим напрямом підготовки; кадрове забезпечення підготовки фахівців; матеріально-технічна база; навчально-методичне та інформаційне забезпечення, що мають забезпечувати інноваційний потенціал ВНЗ. Ринкова економіка вимагає розширення зазначеного переліку споживчими факторами,

що в сукупності спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності та якості освітніх послуг ВНЗ, за рахунок реалізації потреб особистості, затребуваності випускників на ринку праці, рівня доступності освітніх послуг, гнучкої цінової політики тощо.

Позитивний імідж приваблює споживачів та партнерів і, як наслідок, спрощує доступ до фінансових, інформаційних та людських ресурсів. Він також має важливе соціально-економічне значення для студентів і випускників, оскільки навчання у престижному ВНЗ зумовлює не лише гордість за ВНЗ та високі амбіції, а й надає перевагу роботодавців випускникам відомих навчальних закладів, адже вони мають вищий соціальний статус у суспільстві та можливості для кар'єрного зростання [2]. У статті [1] встановлено фактори впливу на вступників при виборі ВНЗ, одним із яких є «рівень сприйняття освітньої установи».

Відтак виділяють зовнішній і внутрішній імідж організації. При формуванні зовнішнього іміджу важливим є: історія ВНЗ, матеріально-технічна база, навчально-методичне забезпечення, рівень професорсько-викладацького складу, інтер'єри приміщень, рекламні атрибути та заходи, зовнішнє визнання якості освітніх послуг та результатів діяльності ВНЗ у цілому тощо. Внутрішній імідж ВНЗ формують існуючі наукові школи, традиції, стиль викладання та спілкування викладачів із студентами, рівень організації навчального процесу, корпоративна культура, стиль ведення справ, командний дух тощо. Стійкий позитивний імідж ВНЗ та високий рівень якості ре-



А. Кватківська

алізованих ним освітніх та науково-інноваційних послуг лежать в основі беззаперечної репутації закладу освіти, що сформувалася у певному освітньому середовищі, як результат діяльності навчального закладу, і є підтвердженням, що ВНЗ має необхідні конкурентні переваги на сучасному ринку освітніх послуг [2].

В умовах конкурентного середовища освітнім закладам є доцільним формування та підтримка іміджу ВНЗ як сучасного, передового навчального закладу, що відповідає кращим світовим аналогам та тенденціям, у тому числі відповідність концепції загального менеджменту якості. Одним із можливих шляхів для реалізації даного напрямку є участь у Національному конкурсі якості, в основу якого покладено модель ділової досконалості EFQM.

Проте, однією із суттєвих перешкод для використання критеріїв моделі EFQM для проведення самооцінки діяльності ВНЗ, є недостатня кількість теоретичних та практичних розробок з даного питання. На відміну від іноземної практики, в якій проведення самооцінки ВНЗ є досить поширеним явищем [4, 5], в Україні лише окремі освітні установи спрямовують курс на удосконалення своєї діяльності. Окрім того, існують труднощі, зумовлені «загальними» критеріями, за якими проводиться самооцінювання, у той час, коли ВНЗ притаманні специфічні особливості. Тому створення теоретичних, методичних та інформаційних засад є актуальним і має науковий та практичний інтерес.

Дослідження, представлені у даній статті ґрунтуються на матеріалах участі НУБіП у 16-му Українському національному конкурсу якості.

Модель EFQM визначає, що досконалість — передова практика управління організацією та досягнення результатів, що ґрунтується на наборі фундаментальних концепцій — орієнтація на результат, концентрація уваги на споживачах, лідерство та послідовність цілей, управління через процеси та факти, залучення персоналу, постійне удосконалення та інновації, взаємовигідне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність. Модель EFQM визнає існування багатьох підходів до досягнення стійкої досконалості в усіх аспектах діяльності та ґрунтується на ствердженні, що досконалі результати організації, які стосуються виконання вимог та очікувань споживачів, персоналу та суспільства досягаються через лідерство, що проводить політику та стратегію, які, у свою чергу, реалізуються через персонал, партнерство, ресурси процеси [6].

Важливою перевагою зазначеного підходу моделі є її універсальність — вона може бути застосовна для організацій будь-якої форми власності, розміру тощо. Участь у конкурсі на здобуття премії якості — це визнання лідерства організації зі сторони бізнесу,

співтовариства та споживачів; партнери та усі зацікавлені сторони отримують підтвердження високої якості роботи і надійності компанії; проводиться незалежне експертне оцінювання ефективності системи управління і визначаються напрями, у яких необхідні першочергові поліпшення; участь у конкурсі формує імідж компанії, що прагне до поліпшування якості бізнесу [7]. З іншого боку, модель не враховує специфічні особливості, притаманні різним сферам діяльності, що ускладнює її використання, зокрема освітніми установами.

Дев'ять критеріїв моделі сформовані у дві групи: критерії групи «Можливості» та критерії групи «Результати». Кожен із основних критеріїв розгортається через визначену кількість критеріїв нижчого рівня. Модель EFQM налічує 32 критерії нижчого рівня, кожен із яких оцінюється з точки зору їх досконалості (розвитку) за п'ятьма рівнями досконалості. Рівні досконалості вказують напрям розвитку організації.

Критерій «Лідерство» визначає, як керівництво (ректор, проректори, директори інститутів, декани факультетів, завідувачі кафедр, начальники відділів тощо) на кожному організаційному рівні визначає майбутнє ВНЗ та робить його можливим через особистий приклад по відношенню до етики та цінностей, надихаючи персонал на досягнення.

Критерій «Стратегія» відображає місію та бачення ВНЗ через розроблення стратегії, орієнтованої на зацікавлені сторони. Цей критерій характеризує, як освітня установа реалізує свою стратегію через упровадження політики, планів, цілей та процесів.

Критерій «Персонал» характеризує усі аспекти управління персоналом, взаємодію між співробітниками та установою: визначення потреби у персоналі та вимог до нього, прийом на роботу, оцінювання та розвиток, мотивація та залучення персоналу до вдосконалювання діяльності ВНЗ тощо.

Критерій «Партнерство та ресурси» відображає планування та взаємодію ВНЗ із зовнішніми партнерами та управління внутрішніми ресурсами для реалізації стратегії та ефективного функціонування процесів.

Критерій «Процеси, продукція та послуги» визначає порядок створення добавленої цінності для споживачів та інших зацікавлених сторін ВНЗ шляхом розроблення, управління та поліпшування процесів, продукції та послуг.

Критерій «Результати для споживачів» — система індикаторів діяльності та відповідних показників результатів, що відображають сприйняття споживачами (вступниками, студентами, роботодавцями тощо) продукції та послуг ВНЗ; усі важливі аспекти споживчої задоволеності: якість, асортимент, оперативність роботи, гнучкість тощо.

Складники та індикатори критеріїв ВНЗ за моделлю EFQM

Назва критерію	Складники забезпечення критерію
1	2
1. Лідерство	<p>1.1 Керівництвом ВНЗ визначено місії, бачення та система цінностей, доведені до всього персоналу.</p> <p>1.2 Керівники вищої ланки залучені до діяльності із постійного удосконалювання, заохочення та стимулювання персоналу до поліпшення; встановлено відповідні пріоритети.</p> <p>1.3 Формалізована інтегрована СУЯ ВНЗ.</p> <p>1.4 ВНЗ представлено суспільству через членство його лідерів у державних та громадських організаціях (міністерствах, відомствах, державних адміністраціях, технічних комітетах за спеціалізованими напрямками); регулярно видаються наукові та інші публікації; активна участь у спеціалізованих виставках, конференціях, семінарах, з'їздах тощо.</p> <p>1.5 Керівники усіх рівнів беруть участь у щорічному перегляді показників рейтингу для науково-педагогічних працівників (НПП) та формування цілей і розроблювання планів розвитку структурних підрозділів.</p>
2. Стратегія	<p>2.1 Регулярно визначаються теперішні та майбутні потреби, очікування основних зацікавлених сторін (анкетування та телефонне опитування груп споживачів, пріоритетні напрямки розвитку відповідних галузей, пропозиції та рекомендації персоналу ВНЗ тощо).</p> <p>2.2 Потреби та очікування зацікавлених сторін покладено в основу Політики та стратегічних цілей ВНЗ; проводиться аналіз досягнутих результатів на кожному організаційному рівні.</p> <p>2.3 Система бенчмаркінгових досліджень (кращі практики ВНЗ країн-членів Болонського процесу, країн-членів асоціацій університетів та коледжів США; навчання та стажування викладачів і аспірантів у кращих ВНЗ світу; обмін знаннями на міжнародних та вітчизняних конференціях, симпозиумах тощо).</p> <p>2.4 Управління інноваційними проектами (СУЯ, енергоефективність, стратегічне партнерство між ВНЗ та підприємствами-роботодавцями, технопарк тощо).</p>
3. Персонал	<p>3.1 Система розвитку кар'єри НПП за поданням кафедр (аналіз досягнень, індивідуальний рейтинг, підвищення кваліфікації, проведення конкурсу на заміщення вакантних посад).</p> <p>3.2 Система підготовки наукових кадрів (наукові гуртки, навчання в аспірантурі / докторантурі, наукові дослідження, захист кандидатських / докторських дисертацій).</p> <p>3.3 Система навчання персоналу (курси підвищення кваліфікації, навчання під час упровадження інноваційних проектів, обмін досвідом із виробничою сферою, стажування за кордоном, система дорадництва тощо).</p> <p>3.4 Система внутрішніх комунікацій (щотижневі каскадні наради, внутрішній та зовнішній сайт, університетська газета тощо).</p> <p>3.5 Система мотивації персоналу (прив'язка індивідуального рейтингу НПП до оплати праці, доплати та надбавки до посадових окладів, премії, матеріальні допомоги).</p>
4. Партнерство та ресурси	<p>4.1 Міжнародне партнерство ВНЗ щодо програм із отримання подвійних дипломів.</p> <p>4.2 Система зв'язків із середніми школами, технікумами, коледжами, стратегічне партнерство між ВНЗ та роботодавцями (моніторинг потреб ринку праці, бази виробничих практик, працевлаштування випускників тощо).</p> <p>4.3 Система фізичної безпеки (цілодобова охорона у навчальних корпусах, мобільні бригади на території ВНЗ тощо).</p> <p>4.4 Упровадження сучасних технологій передавання знань у навчальний процес (тренінги, майстер-класи, елементи дистанційного навчання тощо).</p> <p>4.5 Система інформаційних ресурсів (зовнішній та внутрішній сайт, база даних Національних стандартів України, адміністративний портал, бази даних накопичення інформації за процесами тощо).</p>

1	2
5. Процеси, продукція та послуги	5.1 Система зворотного зв'язку із основними групами споживачів ВНЗ (вступниками, студентами, роботодавцями тощо). 5.2 Процеси СУЯ (відповідність вимогам та очікуванням споживачів, поширення на всі сфери діяльності ВНЗ, щорічна актуалізація регламентних документів). 5.3 Контроль за якістю навчання (самооцінювання структурних підрозділів, внутрішній аудит, проведення відкритих лекцій, залишковий зріз знань студентів тощо). 5.4 Розвиток практичної складової навчального процесу (вимоги до НПП, бази практичного навчання у структурі ВНЗ, орієнтація на потреби роботодавців). 5.5 Повноваження студентської організації (представництво на конференції трудового колективу, участь у засіданнях вченої ради та ректорату, діяльність студентського активу та профкому, проведення анонімного анкетування студентів тощо).
6. Результати для споживачів	6.1 Показники сприйняття університету вступниками та їх батьками. 6.2 Показники сприйняття вступниками затребуваності напрямів підготовки, що забезпечує ВНЗ. 6.3 Рівень задоволеності роботодавців якістю підготовки випускників університету. 6.4 Оцінка якості навчального процесу студентами. 6.5 Оцінка якості підготовки фахівців за результатами зовнішнього опитування випускників та потенційних роботодавців.
7. Результати для персоналу	7.1 Кадровий потенціал ВНЗ. 7.2 Середній вік НПП, які мають науковий ступінь доктора наук. 7.3 Зростання виплат на матеріальну допомогу співробітникам за останні 5 років. 7.4 Середній коефіцієнт індивідуального рейтингу НПП. 7.5 Зростання фонду заробітної плати за останні 5 років.
8. Результати для суспільства	8.1 Рейтинг «ТОП-200 Україна» (ЮНЕСКО). 8.2 Рейтинги міністерств та відомств. 8.3 Кількість благодійних заходів, проведених ВНЗ, у т.ч. Дні донора, волонтерський рух тощо. 8.4 Кількість проведених культурно-масових та спортивних заходів. 8.5 Динаміка кількості наукових тем на замовлення державних установ.
9. Ключові результати	9.1 Динаміка основних показників навчальної та навчально-методичної діяльності ВНЗ. 9.2 Динаміка основних показників науково-дослідної роботи ВНЗ. 9.3 Результати внутрішнього рейтингу НПП за видами діяльності ВНЗ.

Критерій «Результати для персоналу» — система індикаторів діяльності та відповідних показників результатів, що відображають аспекти задоволеності персоналу ВНЗ рівнем оплати праці, умовами праці, системою мотивації, підвищенням рівня кваліфікації, ефективністю комунікацій, можливостями для розвитку тощо.

Критерій «Результати для суспільства» — система індикаторів діяльності та відповідних показників результатів, що відображають досягнення ВНЗ відносно впливу на суспільство, взаємодію із цільовими групами, що представляють його інтереси: волонтерська діяльність, вплив на зайнятість населення, соціальні заходи, вплив на навколишнє середовище, зовнішнє визнання тощо.

Критерій «Ключові результати» — система показників ключових фінансових та не фінансових ре-

зультатів, досягнутих ВНЗ відносно реалізації своєї стратегії та ефективності внутрішніх процесів.

Слід зазначити, що у НУБіП України розроблена та впроваджена розширена процесно-орієнтована СУЯ, основні елементи та фази створення якої наведено у [8]. У таблиці представлено фрагмент основних складників та індикаторів критеріїв НУБіП України за моделлю EFQM.

Розроблення та упровадження у діяльність ВНЗ розширеної СУЯ дозволило НУБіП України отримати звання Лауреата 16-го Українського національного конкурсу якості, Фіналіста 7-го Турніру якості країн Центральної та Східної Європи та стати першим державним українським ВНЗ із рівнем ділової досконалості 451—500 балів. Апробація моделі EFQM у НУБіП України довела її доцільність, як інструменту оцінювання ефективності СУЯ для внутрішнього

використання — удосконалення СУЯ та формування внутрішнього іміджу освітньої установи. У той же час, участь у конкурсі якості сприяє формуванню зовнішнього іміджу ВНЗ через зовнішнє визнання. Елементи зовнішнього іміджу опосередковано відображають сутність його внутрішніх складових, реалізуючи на практиці закон єдності форми та змісту.

ВИСНОВКИ

Імідж ВНЗ — важлива складова його конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг, що формується у суспільній свідомості на основі результатів реалізації освітніх послуг ВНЗ та рівня підготовки

фахівців, а також низки продуманих та спланованих заходів із популяризації діяльності ВНЗ, налагодження і зміцнення взаєморозуміння між ним і громадськістю.

Участь ВНЗ у конкурсі якості дає можливість реалізувати ці заходи, формує його відповідний імідж та сприяє підвищенню його конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Визначено особливості використання моделі ділової досконалості для оцінювання діяльності ВНЗ із урахуванням специфіки освітньої установи; розроблено складники та індикатори критеріїв моделі EFQM.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про вищу освіту» // Відомості ВР України. — 2002. — № 20. — С. 134.
2. Субіна О. Імідж вищого навчального закладу як важливий чинник конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг / О. Субіна // Вища школа. — 2011. — № 1. — С. 46 — 54.
3. Тавлуй І. Використання результатів зворотного зв'язку із вступниками при проектуванні та розвитку системи управління якістю ВНЗ / І. Тавлуй // Вісник КНУТД. Метрологія, стандартизація, сертифікація, методи контролю та визначення складу речовин. — 2011. — № 6. — С. 63—67.
4. Внутривузовские системы обеспечения качества подготовки специалистов: руководство для участников конкурса 2003 года / Министерство образования РФ. — М.: Министерство образования РФ, 2003. — 27 с.
5. Маслов Д. В. Полезная модель EFQM: профилактика системы управления / Д. В. Маслов, А. Л. Шестаков, Д. Мидхерст // Методы менеджмента качества. — 2006. — №7. — С. 34—39.
6. EFQM. Модель Совершенства — EFQM 2010. — К.: УАЯ, 2011. — 35 с.
7. Шуляр Н. Конкурс з якості як практичний елемент управління // Н. Шуляр, Р. Шуляр / Стандартизація, сертифікація, якість. — 2009. — № 1. — С. 61 — 62.
8. Тавлуй І. Методичні засади розроблення та впровадження розширеної системи управління якістю вищого навчального закладу // І. Тавлуй / Стандартизація, сертифікація, якість. — 2012. — № 3. — С. 46 — 50. ■

*І. Тавлуй, начальник відділу управління якістю,
А. Квятківська, магістр,*

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

НОВИНИ ISO

35 Генеральна асамблея ISO у Сан-Дієго

35 Генеральна асамблея ISO, яка відбулася 19—21 вересня у Сан-Дієго (США), була присвячена проблемам інновацій та економіці сталого розвитку. У заході взяли участь 379 делегатів із 118-ти країн-членів ISO й 13-ти міжнародних і регіональних організацій-партнерів. Учасники обговорювали: ключові питання стандартизації з погляду організацій-партнерів — IEC, ITU й WTO; аспекти захисту прав інтелектуальної власності й авторського права на стандарти ISO; ресурси, необхідні ISO та її членам для задоволення майбутніх потреб клієнтів; засоби інформаційних технологій; взаємодію з партнерами у ході реалізації *Стратегічного плану ISO на 2011—2015 роки*; стандарти й освіту.

Генеральний секретар ISO Роб Стіл під час свого виступу заявив: *«Очевидно, що в досягненні стратегічних цілей плану ISO на 2011—2015 роки було досягнуто значних успіхів. Визначено ключові пріоритети й вжито заходів щодо їхнього рішення»*. На його думку, необхідна більш тісна взаємодія ISO та основних клієнтів.

Як вважає Роб Стіл, щоб уповні використати потенціал можливостей, необхідно проаналізувати, які стандарти необхідні суспільству для задоволення його потреб, як організувати роботу зручніше, швидше й ефективніше, ніж раніше, використовуючи досвід, уміння й репутацію ISO. ■

За матеріалами www.iso.org