

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Шосткинський інститут Сумського державного університету
Фармацевтична компанія «Фармак»
Управління освіти Шосткинської міської ради
Виконавчий комітет Шосткинської міської ради

ОСВІТА, НАУКА ТА ВИРОБНИЦТВО: РОЗВИТОК ТА ПЕРСПЕКТИВИ

МАТЕРІАЛИ III Всеукраїнської науково-методичної конференції

(Шостка, 19 квітня 2018 року)



Суми
Сумський державний університет
2018

МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

І.О. Пригара, К.С. Гаркуша

Шосткинський інститут Сумського державного університету

keu@ishostka.sumdu.edu.ua

Розвиток ринку освітніх послуг України характеризується широким вибором вищих навчальних закладів різної форми власності, різної спеціалізації, з різними методиками та вартістю навчання. Така ситуація зумовила появу конкурентного середовища, в якому для завоювання стійких позицій на ринку освітніх послуг необхідно боротися за абітурієнтів (споживачів послуги), висококваліфікованих викладачів (компетентність викладачів є основним фактором конкурентоспроможності вищого навчального закладу), фінансове забезпечення своєї діяльності.

Вищі навчальні заклади функціонують як комерційні організації, освіта визначається як комерційна послуга, студенти – як покупці цієї послуги. Це зумовлює розвиток підходу до методики навчання, орієнтованої на потреби клієнта. Сучасні тенденції розвитку ринку освітніх послуг є передумовою посилення конкурентної боротьби серед вищих навчальних закладів, таким чином актуальним є визначення найбільш ефективних способів підвищення конкурентоспроможності вищого навчального закладу.

Можна визначити такі методи підвищення конкурентоспроможності вищого навчального закладу:

1. Зменшення грошових витрат покупця (надання знижок при оплаті освітніх послуг). Знижки надаються абітурієнтам, які мають досягнення у навчанні; які вступають до ВНЗ групами тощо. Цінова політика має бути спрямована як на забезпечення прибутковості діяльності ВНЗ, так і на можливість залучення більшої кількості абітурієнтів.

2. Встановлення зв'язків з роботодавцями, надання можливості проходити реальну практику на підприємствах. Як правило, практика на підприємствах є досить умовною. Підприємство не має заохочення, і його співробітники не приділяють студенту належної уваги. Практика навіть може оплачуватися студентом

3. Покращання якості освітніх послуг, які надаються ВНЗ. Основою підвищення конкурентоспроможності вищого навчального закладу є покращання якості освітніх послуг. Важливим є задоволення очікувань студентів у процесі навчання. З цією метою вищими навчальними закладами використовується рейтингове оцінювання науково-педагогічної діяльності викладача. Крім педагогічної роботи, не менше уваги приділяється науковій роботі викладачів, визначаються показники їх публікаційної активності. Вищі навчальні заклади активно запроваджують систему рейтингового оцінювання наукової роботи викладача, що включає в себе оцінку безпосередньо наукової роботи. У той же час ВНЗ повинні розробляти конкретні системи заохочень викладачів. Навіть у тому випадку, коли встановлюються нормативи для педагогічного та науково-педагогічного складу викладачів та, залежно від цього встановлюється рівень оплати праці, викладача можна мотивувати активізувати його наукову роботу. Але такі ініціативи мотивації повинні бути чітко визначені. У той же час покращання якості освітніх послуг неможливе без покращання якості педагогічної майстерності викладача. Для цього регулярно проводяться заходи, спрямовані на покращання якості педагогічної майстерності викладача (семінари, тренінги) та здійснюється її оцінювання (анкетування студентів, колективне відвідування занять).

Вищий навчальний заклад діє на ринку освітніх послуг як суб'єкт господарювання. Підвищення його конкурентоспроможності та витіснення з ринку неконкурентоспроможних вищих навчальних закладів має здійснюватися лише за допомогою методів добросовісної конкуренції.

Конкурентоспроможність вищого навчального закладу визначає ефективність його функціонування на ринку освітніх послуг. Основними складовими, які забезпечують конкурентоспроможність вищого навчального закладу є можливість залучення талановитих студентів та активізація науково-педагогічного потенціалу викладачів. Управління конкурентоспроможністю ВНЗ є не статичним, а динамічним процесом. Поліпшення якості надання освітніх послуг також є динамічним процесом. Саме науково- педагогічний склад формує імідж вищого навчального закладу та має прямий вплив на рівень його конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. виправданні очікувань та потреб студентів у процесі навчання створить вищому навчальному закладу позитивний імідж, що буде основою для забезпечення його стійких конкурентних переваг на ринку освітніх послуг.

Список використаних джерел

1. Горинь Я.О. Фактори конкурентоспроможності ВНЗ на ринку освітніх послуг [Електронний ресурс] / Я.О. Горинь, О.С. Сенишин, М. О. Горинь // Молодіжний еко- номічний дайджест. – 2014. – № 1 (1). – С. 123–126. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/med_2014_1\(1\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/med_2014_1(1)_25)
2. Малихіна Я.А. Конкурентоспроможність як показник зовнішньої ефективності діяльності ВНЗ [Електронний ресурс] / Я.А. Малихіна // Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології. – 2014. [Електронний ресурс] Вип. 1. – С. 104–107. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdytp_2014_1_38