

Таким чином, нами обґрунтовуються підходи до проектування структури та змісту технічної підготовки майбутніх вчителів технологій, яка базується на інтеграції техніко-технологічних знань та умінь.

Література

1. Гусев В. И. Совершенствование содержания политехнической подготовки учителей труда в пединституте. Монография. - К.: Вища школа, 1988. - 131 с.
2. Васильев Ю.К. Политехническая подготовка учителя средней школы. - М.: Педагогика, 1978. - 175 с.
3. Нишаналиев УН. Теория и практика подготовки учителей трудового обучения в истории советского педагогического образования (1917-1981 г.г.). Автореф. дис... д-ра пед. наук: 13.00.01/ Ташкент, пед. ин-т - Ташкент, 1983. - 42 с.
4. Атутов П.Р., Поляков В.А. Роль трудового обучения в политехническом образовании школьников. - М.: Просвещение, 1985. - 128с.
5. Атутов П.Р. Политехнический принцип в обучении школьников. - М.: Педагогика, 1976. - 192 с.
6. Ягунець Ю.І., Агулов В Т Роль дисциплін загальноінженерного циклу у формуванні професійної підготовки випускника педагогічного вузу // В кн. Проблеми трудової і професійної підготовки. Науково-методичний збірник. Слов'янськ: ІЗМН-СДПІ. - Київ. - Вип. 1. - 1997. - С. 56-37.
7. Курок В.П. Інженерна підготовка вчителя трудового навчання // Наукові записки. Збірник наукових статей НПУ імені М.П.Драгоманова. - К: НПУ. - 2001. - Вип.4. - С.86-88.
8. Педагогічний словник / За ред. М.Ярмаченка. - К.: Педагогічна думка, 2001. - 516 с.
9. Корець М.С. Науково-технічна підготовка вчителів для освітньої алузі "Технології" //Монографія - К.: НПУ, 2002. — 258 с.

УДК 371.26

КОРОБОВИЧ Л.П.

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В СИСТЕМІ ПЕДАГОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ВНЗ НЕДЕРЖАВНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ

Анотація. В статті представлені матеріали маркетингового дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вищого навчального закладу недержавної форми власності, які були виявлені в ході експериментальної перевірки розробленої моделі моніторингу результативності навчального процесу.

Ключові слова: моніторинг, маркетингове дослідження, експериментальна перевірка, конкурентоспроможність ВНЗ.

Аннотация. В статье представлены материалы маркетингового исследования факторов влияния на конкурентоспособность высшего учебного заведения негосударственной формы собственности, которые были обнаружены в ходе экспериментальной проверки разработанной модели мониторинга результативности учебного процесса.

Ключевые слова: мониторинг, маркетинговое исследование, экспериментальная проверка, конкурентоспособность ВУЗа.

Annotation. In the articles presented materials of marketing research of factors of influence on the competitiveness of higher educational establishment of non-state pattern of ownership, which were found out during experimental verification of the developed model of monitoring of effectiveness of educational process.

Keywords: monitoring, marketing research, experimental verification, competitiveness of VNZ.

Постановка проблеми. Процес управління, за своєю суттю, є складним. Його неможливо здійснити тільки на основі визначених правил та описаних у підручниках теорій. Сутність сучасного менеджменту полягає у визнанні мети діяльності організації, конкретизації завдань та раціоналізації й оптимізації використання ресурсів: від кадрових, в першу чергу, до фінансових. Тому однією із актуальних проблем сучасного керівника є проблема забезпечення ефективності та результативності діяльності організації.

У цьому зв'язку актуальним є запровадження у діяльність навчального закладу теоретично розроблених механізмів забезпечення якості освіти. Одним з таких механізмів є моніторинг. Для реалізації завдань дослідження необхідно здійснити апробацію моделі моніторингу шляхом організації її експериментальної перевірки.

Мета статті - виявлення вагомості факторів, що впливають на прийняття рішення про навчання у приватному ВНЗ шляхом проведення експериментальної перевірки моделі моніторингу результативності навчально-виховного процесу.

Аналіз останніх досліджень. Організації та проведення експериментальної діяльності присвячено багато праць та розробок науковців. Так, наприклад, Є. Павлукотенков провів аналіз поняття «експеримент» у науковій літературі. Автор стверджує, що сьогодні це поняття має понад шість трактувань: починаючи від дослівного перекладу з латинської мови (*experimentum* - спроба, дослід) та завершуючи як метод дослідництва, пізнання. Взагалі автор дотримується такого визначення, що експеримент це один з провідних методів наукового пізнання, за допомогою якого, той хто проводить дослідження, в умовах, що контролюються та керуються, досліджує явища дійсності [4, с. 16-1-16-14]. Отже, погоджуючись з висновком науковця, можна констатувати, що експеримент виявляє правомірність рішень, що пропонуються, своєчасно вводячи факти, які визначають поведінку його учасників, та реєструючи ті зміни, які пов'язані з дією введеного фактору.

Необхідність проведення експериментальної перевірки розроблених наукових гіпотез, моделей управління навчальним закладом, організації навчального процесу у ньому та ін. обґрунтовується у багатьох дисертаційних дослідженнях. У своєму дослідженні В.Луначек, погоджуючись з В.Пкельною, наголошує на важливості експерименту як методу наукового дослідження і необхідності його широкого використання в управлінській діяльності [2, с. 48-50]. Спираючись на висловлювання ученої автор вважає, що при проведенні експерименту доцільно спочатку перевірити ефективність прийнятого управлінського рішення або його варіантів на одному з елементів чи підсистем керованої системи і, тільки переконавшись в його ефективності, поширювати на всю керовану систему. І, як висновок, зазначається, що експериментальній перевірці ефективності повинні піддаватися різні процесуальні моменти - технологія руху інформації, необхідна послідовність управлінських операцій, порядок виконання завдань між структурними підрозділами й усередині них. [2, с. 48-50].

Виклад основного матеріалу. Методологічною основою проведення експериментальної перевірки в освіті є концепція соціального детермінізму [1]. А основна теоретична проблема експериментального методу полягає у визначенні значущих змінних, що детермінують це явище. Таким чином, для успішного проведення експериментальної перевірки нам необхідно усвідомити систему змінних, які характеризують об'єкт.

По-перше, це незалежна змінна, як система факторів, що безпосередньо впливають на досліджуваний об'єкт, дія якої визначається заздалегідь у відповідності з програмою експериментальної перевірки. У нашому випадку незалежна змінна - це факторно-критеріальні моделі діяльності суб'єктів навчального процесу та технологія їх застосування.

По-друге, це залежна змінна як відносно самостійний параметр, який має вплив на об'єкт, що досліджується, і зміни якого визначаються діями незалежної змінної. Залежні змінні виступають характеристикою досліджуваного об'єкту. У нашому випадку залежні змінні це:

- рівень задоволення освітніх потреб споживачів освітніх послуг ВНЗ;
- рівень успішності студентів;
- рівень задоволеності студентів навчанням;
- професійний рівень професорсько-викладацького складу ВНЗ;
- рівень науково-методичного та матеріально-технічного забезпечення навчального процесу приватного ВНЗ;
- рівень підготовки випускників та їх конкурентоздатність на ринку праці;
- результати акредитації спеціальності;
- рівень результативності навчального процесу.

По-третє, це проміжна змінна, яка безпосередньо не виявляється, але має вплив на об'єкт, що досліджується. Даними проміжними змінними можуть бути:

- рівень психологічного клімату як у студентському, так і професорсько-викладацькому колективах;
- готовність та позитивна мотивація суб'єктів навчального процесу до здійснення експериментальної діяльності;
- зміст освітньої діяльності студентів та науково-педагогічної діяльності викладачів у контексті маркетингових досліджень;
- раціональність організації власної управлінської діяльності адміністрації закладу, діяльності професорсько-викладацького складу та студентів;
- формування адекватної самооцінки у професорсько-викладацького складу та студентів;
- ступінь стимулювання мотивації діяльності суб'єктів навчального процесу;
- визнання цінності професійної компетентності професорсько-викладацького складу;
- визнання цінності навчання (формування конкурентоздатного випускника) в студентському та професорсько-викладацькому колективах.

Для проведення вимірів, визначення рівня та аналізу стану навчального процесу було підібрано відповідні методики.

З метою проведення маркетингових досліджень було побудовано відповідну програму. В основу даної програми було покладено дослідження Г. Міщенко [3], в якому зазначається, що для проведення маркетингових досліджень вищому навчальному закладу потрібно, передусім, визначитися з товаром, який він виробляє та пропонує споживачам. Зазначимо, що товаром вважається все, що може задовольнити потребу людини або будь-якого виробництва, і пропонується ринку з метою придбання, споживання, використання або привертання уваги. Серед розмаїття товарів є товари, так званого суспільного споживання, виробництво яких оплачується платниками податків. Таким товаром є освітні послуги. Виробляючи товар суспільного споживання, вищий навчальний заклад працює одночасно на двох ринках, а саме: на ринку освіти і ринку професійних кадрів. Він надає суспільству освітні послуги, споживачами яких є фізичні особи (студенти, слухачі, аспіранти тощо) і одночасно пропонує продукти своєї діяльності (випускників - дипломованих фахівців) ринку праці, споживачами якого є юридичні особи (підприємства, організації й установи різних галузей) [3]. Таким чином, ВНЗ необхідно здійснювати маркетингові дослідження у двох напрямках: на вивчення вподобань батьків і молоді й відбір послуг, привабливих для платоспроможних споживачів та визначення потреб ринку в конкурентоспроможних випускниках як кваліфікованих кадрах.

Програма маркетингових досліджень була складена з декількох блоків:

Блок 1. Визначення ринкових можливостей ВНЗ приватної форми власності, що передбачає:

- дослідження ринку праці (аналіз чинників, що впливають на галузевий ринок, дослідження структури, ємності, кон'юнктури галузевого ринку праці, характер конкуренції, можливостей і ризиків і ін.);
- дослідження потенційних споживачів освітніх послуг навчального закладу;
- визначення та характеристика потенційних споживачів робочої сили (аналіз критеріїв, якими керуються роботодавці при доборі фахівців, їхніх мотивів);
- визначення характеристики конкурентів, тобто ВНЗ, що здійснюють підготовку фахівців з таким же профілем.

Даний блок включає в себе аналіз ситуації, що склалась на галузевому ринку праці та визначення ринкових сегментів, на яких необхідно сконцентрувати увагу. Водночас важливо скласти чітку уяву про сильні та слабкі сторони діяльності ВНЗ приватної форми власності відносно інших ВНЗ, які реалізують свої інтереси в даних сегментах ринку.

Блок 2. Розробка товару - «фахівець». Він передбачає заходи щодо забезпечення відповідності кваліфікаційних характеристик фахівців з відповідного напрямку підготовки (Початкове навчання; Українська мова та література; Фінанси; Менеджмент організацій) запитам і вимогам роботодавців-покупців даного «товару», тобто модель фахівця, який буде запропонований ринку праці та потенційним роботодавцям.

Блок 3. Забезпечення формування та визначення вартості «товару ? фахівця». Включає розробку змісту освіти (введення нових напрямів підготовки та спеціальностей, збільшення/зменшення набору, ін.); введення авторських та нових спецкурсів, ін.; виокремлення спеціальностей, що користуються найменшим попитом: визначення невикористаних резервів в організації, здійсненні та отриманні результатів навчального процесу; виокремлення спецкурсів, на які є попит; виділення перспективних методів, методик, авторських технологій тощо; формування відповідного рівня науково-методичного та матеріально-технічного забезпечення навчального процесу приватного ВНЗ; забезпечення відповідного рівня професійної діяльності науково-педагогічних працівників; утворення необхідної кількості кафедр та їх професорсько-викладацького складу.

Блок 4. Просування товару «товару - фахівця». Включає використання форм і методів допомоги працевлаштування випускників.

Блок 5. Стимулювання попиту і пропозиції «товару -фахівця». Передбачає рекламну діяльність, цінову політику, систему знижок та ін.

При реалізації програми маркетингових досліджень основним методом збору даних було проведення опитування шляхом самостійного заповнення анкет респондентами або за участю інтерв'юерів.

При застосуванні даного методу ми дотримувалися таких характеристик цільової групи респондентів:

1. Відсоток респондентів, що володіють необхідними характеристиками, в загальній сукупності опитуваних.
2. Бажання брати участь в опитуванні.
3. Можливість брати участі в опитуванні.
4. Різноманітність респондентів, що характеризує СР/ПІНЬ, в якому перспективні респонденти володіють деякими ключовими рисами.

Анкетування - метод масового збору матеріалу за допомогою спеціально розроблених опитувальників/анкет. Анкетування ґрунтується на припущенні, що людина відверто відповідає на задані йому питання. Ми використовували різні типи анкет: відкриті, що потребують самостійного конструювання відповіді; закриті, у яких необхідно вибирати одну з наданих відповідей; іменні й анонімні.

При побудові анкети ми враховували: зміст запитань, способи їх формулювання, кількість і порядок викладення.

Тематика опитування передбачала вивчення очікувань споживачів освітніх послуг та кон'юнктури ринку праці.

В основу розробки опитувального листа, який використовувався нами під час дослідження, були покладені результати, що були отримані при роботі фокус-групи.

Проаналізувавши результати експериментальної роботи фокус-групи, було сформульовано таку гіпотезу: сегмент потенційних студентів, можна розбити на два субсегмента - тих, хто прагне просто отримати вищу освіту, і тих, хто хоче отримати вищу освіту для використання її як переваги для отримання кращої роботи. Такий поділ ґрунтується на відмінності вимог представників цих субсегментів до навчального закладу. Але у представників цих двох субсегментів спостерігалось визначення єдиних вимог до організації процесу навчання у закладі. Опитування було проведено на основі як очного так і заочного заповнення анкет представниками цільових груп. Очно заповнювали опитувальник слухачі підготовчого відділення та відвідувачі консультаційних центрів, а заочно - їх батьки (за бажанням).

В опитуванні взяли участь 125 майбутніх абітурієнтів та 80 батьків. Репрезентативність вибірки забезпечувалась процедурами випадкового відбору респондентів і відповідністю соціально-демографічної структури вибірки та структури генеральної сукупності досліджуваного контингенту потенційних студентів.

У наслідок статистичної обробки зібраних даних були визначені: вимоги окремих груп споживачів до навчального закладу; ступінь подібності вимог споживачів, що відносяться до одного сегменту; наявність всередині попереднього наміченого сегменту споживачів, що пред'являють особливі вимоги; ступінь відмінності вимог потенційних студентів, які відносяться до різних сегментів.

Результатами опитування є:

- 67,8% респондентів готові платити за отримання якісної освіти;
- при прийнятті рішення про платне навчання вирішальними факторами виявилися «якість знань» і «якість професорсько-викладацького складу». «Вартість навчання» займає лише четверте місце за значущістю (рис. 1).

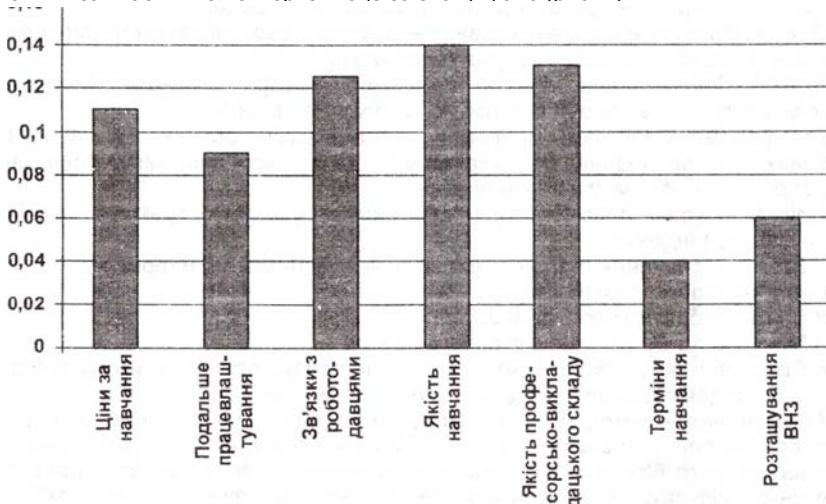


Рис. 1. Фактори, що впливають на прийняття рішення про навчання у ВНЗ

Висновок. Таким чином, проведене маркетингове дослідження з даного напрямку вказує на те, що на конкурентоспроможність вищого навчального закладу недержавної форми власності певним чином впливає престиж закладу, якість навчання в ньому та якість професорсько-викладацького складу. Тому ми зосередили свою увагу на забезпеченні високого рівня саме останнього фактору (якість викладання в Університеті).

Література

1. Експеримент у соціологічному дослідженні [Online]. ? Режим доступу: // <http://www.readbookz.com/book/138/3965.html#>
2. Лунячек В.Е. Управління загальноосвітнім навчальним закладом з використанням комп'ютерних технологій. Дис. ...канд. пед. н./ В.Е. Лунячек - К, 2002. - 304 с.
3. Міщенко Г. Маркетинг і вища освіта / Г.Міщенко // Вісник Книжкової палати. - К. ? 2004. - № 8 (97).- С.38-41.
4. Павлютенков Є.М. Організація дослідно-експериментальної роботи в сучасній циклі/ Є.М. Павлютенков// Управління школою -2007. - №34. - С. 16-1 - 16-14. - Вкладка.

УДК 37.011.33:372.853

К.В. КОРСАК

ПРО ФІЗИКУ І ПРИРОДНИЧІ НАУКИ У СИСТЕМАХ ОСВІТИ ХХІ СТОЛІТТЯ

Прийняття законодавчого рішення про введення в Україні 12-річної середньої освіти актуалізувало дискусії щодо створення концепції й програм «нової фізики», але запропоновані в Україні чи Росії варіанти не містять даних про новітні відкриття і досягнення нанонаук і, фактично, відтворюють ті матеріали, які були укладковані в 1991 році [3; 5; 6].

Критикувати курси фізики радянського зразка не надто важко - вони і справді не мали виразної гуманістичної спрямованості, не орієнтували молодь на захист довкілля і гарантування безпечної життєдіяльності тощо. Фізика була однією з підвалин побудови і діяльності грандіозного військово-промислового комплексу СРСР. У рамках руху до „науковості” шкільний предмет «Фізика» досяг рівня курсу загальної фізики для інститутів та університетів, оскільки мав надзавдання -здійснити селекцію учнів і виділяти з них лише майбутніх студентів елітних ВНЗ. Для решти (більшості) учнів вивчення абстрактних понять і законів було ментальною вправою, корисність якої так і лишалася невідомою. Якщо додати доведені до максимально можливого рівня «науковість та історизм» у викладі основ фізики, то стає зрозумілим зниження якості засвоєння фізики учнями СРСР після кожної зміни й перебудови (про причини провалів цих реформ див. [2] та ін.). В Україні 90-х років єдиним пост-радянським «нововведенням» була заміна старих підручників з малою кількістю помилок на національні, де їх більше у багато разів (напр. [1; 4]).

На превеликий жаль, створені у нас «державні стандарти» з фізики й інших природничих наук цілковито ігнорують суспільно-економічні процеси як в Україні, так і за її межами (глобалізацію, народження інформаційного суспільства, ліквідацію елітного варіанту навчання і заміна його на демократичне і загальне тощо). Грандіозним став розрив між змістом предметів і тим, чого досягли передові розділи нанонаук.

Що ж можна запропонувати з огляду на вказані вище процеси?

Необхідно демократизувати, гуманізувати, трансформувати й удосконалити всю нашу освіту, орієнтувати її не на словах, а насправді на пріоритети всього населення, а не диктаторів минулих часів і тієї країни, якої вже немає більше 15 років. Одночасно слід зберегти елементи усього того позитивного, що створене в Україні поколіннями викладачів фізики, авторів підручників і методичних книг.