

УДК 378.147

Євген О. Діденко

Київський національний університет технологій та дизайну
**СТИМУЛЮВАННЯ СТУДЕНТІВ ДО НАВЧАННЯ ЯК ОДИН З
ЧИННИКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИЩОГО
НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

У статті розкрито сутність методів стимулювання студентів до навчання та визначено їх роль у освітньому процесі. В ході дослідження удосконалено підхід до класифікації методів стимулювання студентів до навчання. Представлено принципову схему стимулоорієнтованого підходу до зміцнення конкурентної позиції вищих навчальних закладів, що ґрунтується на загальновідомих функціях менеджменту.

Ключові слова: мотивація, стимулювання, конкурентоспроможність, імідж, ефективність.

Евгений А. Диденко

Киевский национальный университет технологий и дизайна
**СТИМУЛИРОВАНИЕ СТУДЕНТОВ К ОБУЧЕНИЮ КАК ОДИН ИЗ
ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО
ЗАВЕДЕНИЯ**

В статье раскрыта сущность методов стимулирования студентов к обучению и определена их роль в образовательном процессе. В ходе исследования усовершенствован подход к классификации методов стимулирования студентов к обучению. Представлена принципиальная схема стимулоориентированного подхода к укреплению конкурентной позиции высших учебных заведений, основанной на общеизвестных функциях менеджмента.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, конкурентоспособность, имидж, эффективность.

Evhen O. Didenko

Kyiv National University of Technologies and Design
**THE PROCESS OF STIMULATING OF STUDENTS AS A FACTOR OF
COMPETITIVENESS OF THE HIGHER EDUCATION INSTITUTION**

The purpose of this article is to disclose features of stimulating of students in present conditions of activity of higher educational institutions. Article applied scientific methods such as analysis and synthesis in determining the groups to stimulate students' methods. In developing the approach to strengthening the competitive position of higher education institutions use methods such as deduction and induction.

Keywords: motivation, incentives, competitiveness, image, efficiency.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Динамізм зовнішніх чинників, мінливість макроекономічної ситуації, наявність кризових явищ у вітчизняній економіці обумовлюють необхідність пошуку нових підходів до управління не лише у сфері підприємництва, а і освіти.

На даний момент економіка країни зміщує акценти уваги суб'єктів господарської діяльності у бік стратегічного менеджменту, що, з одного боку, створює бар'єри, оскільки вимагає постійного розвитку управлінських навичок працівників, а, з іншого боку, стає основою управління і має дозволити забезпечити ВНЗ конкурентні переваги на ринку освітніх послуг, сприяти зміцненню його стратегічної позиції, удосконаленню взаємодії з зовнішнім середовищем, підвищенню загальної ефективності діяльності у довгостроковій перспективі.

Як відомо, забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта будь-якого ринку залежить від якості виконання керівними ланками загальновідомих управлінських функцій, серед яких мотивація посідає особливу роль. Вітчизняні ВНЗ не є виключенням, що можна пояснити певними особливостями їх діяльності. По-перше, характерні риси багаторічного розвитку держави призвели до знецінення національної освітньої системи у очах населення. Наслідком цього стала поява дисбалансу за багатьма професійними групами фахівців та виникнення тенденції до переорієнтації абітурієнтів з вітчизняної на закордонну освіту. В останньому випадку варто відзначити невідповідність матеріально-технічної бази більшості ВНЗ сучасним вимогам до підготовки кадрів. По-друге, на сьогоднішній день постає досить гостро проблема недостатньої навчальної мотивації студентів у ВНЗ. Цьому сприяє система оцінювання якості навчання, яка більшою мірою робить головною метою не отримання поглиблених знань з навчальних дисциплін, а виключно отримання оцінок. Не останню роль у даному питанні також відіграє низька зацікавленість студентів у вивченні окремих дисциплін, що тією чи іншою мірою здаються їм нецікавими в ході вивчення або непотрібними у майбутньому житті. Така недостатня вмотивованість молоді щодо власного професійного розвитку під час навчання у ВНЗ частково обумовлюється проблемою недостатньої компетентності викладачів, яка ускладнюється вже мотивацією останніх та недостатністю стимулювання їх діяльності.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Проблемам мотивації та стимулювання діяльності у педагогіці завжди приділялася велика увага. Питання щодо цього розглядаються у роботах М. В. Артюшиної, Ю. К. Бабанського, А. О. Вербицького, В. М. Вергасова, С. Г. Вершловського, В. В. Давидова, Д. Б. Ельконіна, С. С. Занюка, Н. О. Клименко, Г. С. Костюка, А. К. Маркової, М. В. Матюхіної, І. П. Подласого, І. Ф. Харламова, Т. В. Чаусової, Г. І. Щукіної, В. О. Якуніна та інших. Але новітні умови функціонування, під час яких спостерігається скорочення кількості ВНЗ, вимагають від керівництва інтеграції у

діяльність освітніх установ сучасних наукових підходів до забезпечення їх конкурентоспроможності з урахуванням збалансованого стимулювання професорсько-викладацького складу та студентства. Особливого значення це набуває через зміну ролі студента у освітній системі, що чим далі, тим більше виступає обмеженим ресурсом, за який ВНЗ мають вступати у жорстку конкурентну боротьбу.

Метою статті є дослідження методів стимулювання студентів до навчання та встановлення їх ролі у освітньому процесі ВНЗ.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Конкурентоспроможність ВНЗ у кінцевому результаті визначається сукупністю конкурентоспроможності п'яти елементів, зокрема: маркетингової, матеріально-технічної, фінансово-економічної та кадрової діяльності, а також конкурентоспроможністю випускників. Перші чотири із вказаних елементів характеризують різницю між вищими навчальними закладами як господарськими системами і лише конкурентоспроможність випускників є визначальним елементом, який безпосередньо демонструє конкретність результату навчання [3].

У загальному випадку навчання – це цілеспрямована, заздалегідь спроектована взаємодія студента, який виступає першим суб'єктом навчального процесу, і викладача, який є другим його суб'єктом, в ході чого здійснюється розвиток особистості, засвоюються окремі сторони досвіду людства, досвід діяльності і пізнання [5]. Тому можна зробити висновок, що кінцевий результат отримання освіти визначається лише консолідацією сумлінності студентської та викладацької праці, без чого задовільного результату отримати неможливо.

Саме по собі навчання є організованою, двосторонньою діяльністю, спрямованою на максимальне засвоєння та усвідомлення навчального матеріалу і подальшого застосування отриманих знань, умінь та навичок на практиці [5]. Як у будь-якій діяльності, її суб'єкти повинні мати власні мотиви та стимули, що спонукають до здійснення.

Науковці зауважують, що методи стимулювання навчальної діяльності студентів можна умовно поділити на наступні великі підгрупи [1, 4, 5]:

1. Методи формування пізнавальних інтересів і розвитку позитивного емоційного ставлення до навчання.

– метод комунікативної атаки (метод швидкого включення, мобілізації аудиторії до навчання через використання ефекту новизни, несподіваності);

– метод викликання цікавості (включення у навчальний процес цікавого, захоплюючого матеріалу);

– метод цікавих аналогій (викликання емоції подиву через вміле порівняння даних);

– метод створення ситуацій моральних переживань (викликання емоційних переживань студентів при наданні навчального матеріалу за допомогою засобів художнього слова, яскравості, емоційності викладу);

– метод спирання на життєвий досвід студентів (використання викладачем життєвого досвіду студентів, що викликає в них інтерес, бажання пізнати сутність явищ);

– метод створення відчуття успіху в навчанні (викликання в студентів переживань та радощів успіху, що зміцнює впевненість у власних силах, пробуджує почуття гідності, бажання вчитися);

– метод закріплення позитивного враження (метод заключної мотивації, що дозволяє скласти цілісне враження про навчання, спрямувати студентів на подальшу самостійну роботу);

2. Методи формування обов'язку і відповідальності в навчанні.

– метод роз'яснення значимості навчання (показ, пояснення студентам суспільної та особистої значущості знань);

– метод пред'явлення навчальних вимог та практичного привчання до їх виконання (пред'явлення вимог до студентів щодо виконання ними свого обов'язку, правил, розпорядку та забезпечення їх дотримання);

– метод заохочення прояву активності і самостійності (допомога студентам у самостійній реалізації навчальної діяльності відповідно їх потребам і можливостям);

– метод делегування обов'язків (залучення студентів до будь-якого етапу управління процесом навчання);

– метод заохочення в навчанні (підкріплення, що застосовується з метою підтримки і розвитку позитивних засад у поведінці студентів, їх навчальній діяльності);

– метод покарання у навчанні (підкріплення, що застосовується для припинення небажаної поведінки студентів чи бездіяльності, використовується у виняткових випадках);

3. Методи використання мотивуючого впливу навчальної групи.

– метод взаємного впливу і допомоги (створення умов для взаємного стимулювання студентами один одного);

– метод організації змагань (надання можливості студентам проявити себе кращим за інших);

– метод створення сприятливої соціально-психологічної атмосфери навчання (сприяння прояву позитивних емоцій студентів, формування відчуття психологічного комфорту та безпеки);

4. Методи психологічного впливу викладача.

– метод навіювання (опосередковане формування думки про необхідність навчання через підсвідомість студентів);

– метод переконування (свідомий, аргументований вплив на іншу людину чи групу людей, що має за мету зміну їхніх суджень, ставлень, намірів чи рішень);

– метод самопросування (відкрите пред'явлення свідчень власної

компетентності і кваліфікації для того, щоб бути гідно оціненим і завдяки цьому одержати переваги при доборі кандидатів, призначенні на посаду);

– метод зараження (передача свого стану або ставлення іншій людині чи групі людей, які якимось чином переймають цей стан чи ставлення);

– метод пробудження імпульсу до наслідування (викликання прагнення бути подібним собі);

5. Методи подолання перешкод у навчанні.

– метод стимулювання часом і швидкістю – заохочення швидкості і своєчасності виконання навчальних завдань;

– метод стимулювання несподіваністю (підтримка постійної готовності студентів до навчання);

– метод стимулювання неповною інформацією (заохочення до самостійного пошуку та знаходження інформації).

Всі зазначені вище групи стимулювання загалом можна охарактеризувати як науково-педагогічні, оскільки застосовуються безпосередньо професорсько-викладацьким складом ВНЗ в ході здійснення навчання. Але не можна забувати, що застосування цих методів залежать в першу чергу від професійних якостей професорсько-викладацького складу та дієвості підходу до його стимулювання вимогам, що висуваються. У разі, якщо викладачі не володіють певними навичками або недостатньо сумлінно підходять до навчального процесу і його якість не задовольняє студента, як безпосереднього споживача послуг, на рівні чуток по регіонах країни швидко розповсюджується інформація, яка стає основою для закріплення за освітньою установою негативного іміджу. Така ситуація може істотною мірою ускладнити становище ВНЗ на найближче майбутнє. В свою чергу, якщо можливість застосування науково-педагогічних методів обумовлюється значною мірою знаннями та вміннями професорсько-викладацького складу ВНЗ, адміністративно-матеріальні – істотно залежать від самого студента. Загальновідомим засобом матеріального стимулювання студентів ВНЗ виступає стипендія, тобто грошове забезпечення, що регулярно надається особам, які навчаються у навчальних закладах [6]. У даній групі матеріального забезпечення, як відомо, можна виділити академічні, соціальні, іменні та персональні стипендії. Якщо за першими двома групами ВНЗ знаходяться переважно у рівних умовах, то заохочення з перших курсів до навчання за рахунок перспективи отримання іменних та соціальних стипендій може бути фактором конкурентного успіху. Як відомо, на матеріальне стимулювання у даній категорії можуть претендувати студенти, які мають вагомі досягнення в значущій для навчального закладу галузі, зокрема: науковій, громадській, спортивній, творчій тощо. Стипендіальний фонд за цим напрямом формується за рахунок державних коштів, а також коштів юридичних і фізичних осіб, відповідно до вкладеного з навчальним закладом договору. Так, наприклад, у НТУУ «КПІ» з метою стимулювання студентів вже не один рік застосовуються

стипендії Президента України, Кабінету Міністрів України, Верховної Ради України, іменні стипендії ім. І. Курчатова, стипендії ректора НТУУ «КПІ» та факультетські стипендії ряду відомих учених. Поєднання такого стимулюючого інструменту разом із академічними та соціальними стипендіями може у повній мірі стати вагомим фактором конкурентного успіху ВНЗ на освітньому ринку країни та істотною мірою сприяти поліпшенню його іміджу. Але не лише за стипендіальним напрямом може здійснюватись матеріальне стимулювання студентів до навчання. Так у практиці Національного університету «Києво-Могилянська академія» окрім низки стипендіальних, застосовується також щорічне матеріальне преміювання кращих студентів і працюють грантові програми.

Принципову схему стимулоорієнтованого підходу до зміцнення його конкурентної позиції ВНЗ на ринку представлено на рис. 1.

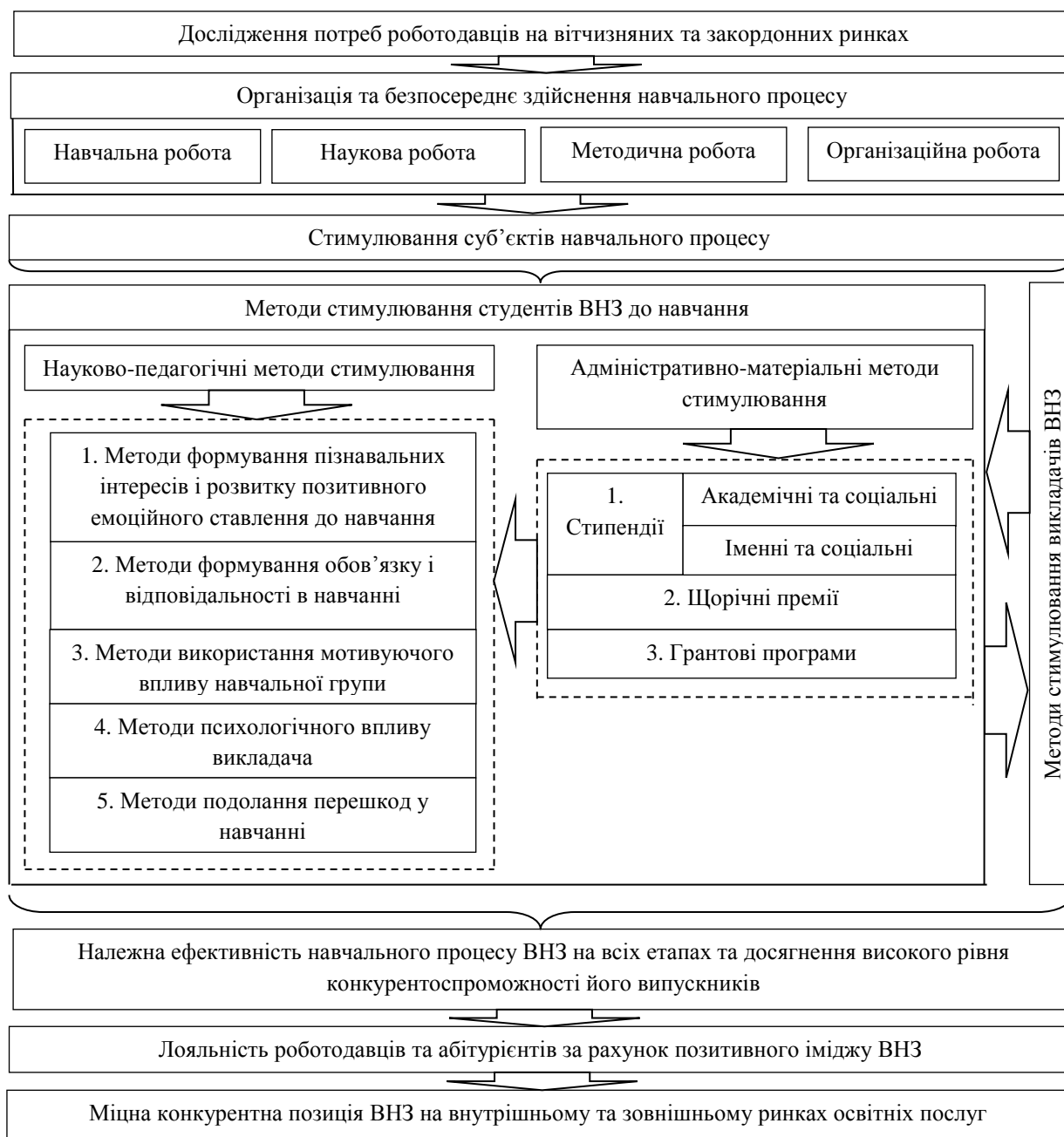


Рис. 1. Принципова схема стимулоорієнтованого підходу до зміцнення конкурентної позиції ВНЗ

Такий підтверджує розуміння науковцями сутності іміджу ВНЗ. Зокрема, це збірний образ, що відображає позитивне враження, престиж, репутацію освітнього закладу, які цілеспрямовано чи мимоволі формуються і підтримуються інструментами раціонального та емоційного впливу на людей, окремі професійні та непрофесійні групи, широку публіку і громадськість, створює додаткові невідчутні споживачем цінності, що сприяє досягненню успіху в справі формування конкурентних переваг і зміцнення позицій на ринку освітніх і наукових послуг [2].

Для іміджу сучасного навчального закладу більшою мірою, ніж для іміджу комерційного підприємства, характерний вплив іміджу окремих особистостей, у тому числі керівників, а також наукових шкіл та окремих факультетів, думку про які у суспільстві поширює студент в процесі отримання вищої освіти. З іншого боку, сам по собі випускник стає елементом іміджу ВНЗ у очах суспільства як результат багаторічного навчання [7].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Відповідно до результатів дослідження встановлено, що стимулювання студентів до навчання посідає ключову роль у зміцненні конкурентної позиції ВНЗ на ринку. В свою чергу, серед основних груп методів стимулювання студентів до навчання виділено науково-педагогічні та адміністративно-матеріальні. Застосування процесного підходу до управління дозволило розкрити особливості зміцнення конкурентної позиції ВНЗ на освітньому ринку.

З урахуванням дослідження потреб роботодавців на вітчизняних та закордонних ринках відбувається організація та безпосереднє здійснення навчального процесу, в ході якого проводиться стимулювання його суб'єктів (студентів та професорсько-викладацького складу). В результаті вірно обраного вектору досягається належна ефективність навчального процесу ВНЗ на всіх етапах навчання та високий рівень конкурентоспроможності його випускників. Така ситуація створює передумови лояльності роботодавців та абітурієнтів за рахунок закріплення за навчальним закладом позитивного іміджу, а також зміцнення конкурентної позиції установи на внутрішньому та зовнішньому ринках освітніх послуг.

Як бачимо, якщо розглянути діяльність навчального закладу відповідно до процесного підходу до управління, можна з легкістю констатувати ключову роль стимулювання студента до навчання у зміцненні конкурентної позиції освітньої установи. Воно виступає сполучною ланкою, що визначає дієвість навчального процесу на всіх стадіях та визначає остаточний результат, яким має стати високий рівень конкурентоспроможності випускників ВНЗ.

Тому для освітнього закладу в умовах жорсткої конкуренції постає питання «яким саме чином сформувати й забезпечити діяльність стимулюючо-мотиваційної компоненти, яка змушує працювати мотиваційні механізми кожного студента, як особистості, підштовхує їх до досягнення успіхів, виробляє і розвиває надалі професійні інтереси?». Важливу роль у цьому разі відіграє

інноваційна відповідність матеріально-технічної бази навчального закладу та сучасний науковий характер наповнення дисциплін, що у комплексі з особистісними здібностями, навичками та вміннями професорсько-викладацького складу дозволить зробити з абітурієнта кваліфікованого конкурентоспроможного фахівця, затребуваність якого на ринку праці визначатиме імідж освітньої установи.

Література

1. Артющина М. В. Методи і прийому мотивування та стимулювання навчальної діяльності студентів [Текст] / М. В. Артющина // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка — 2013. — № 69. — С. 25-32.
2. Горбенко Н. В. Особливості формування іміджу сучасного університету [Текст] / Н. В. Горбенко // Освітологічний дискурс — 2014. — №1 (5). — С. 36-45.
3. Іванов Ю. В. Конкурентоспроможність закладів вищої освіти споживчої кооперації на ринку освітніх послуг України [Електронний ресурс] / Ю. В. Іванов // Українська кооперація — №4. — Режим доступу : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/num/ivanov.htm> — Назва з екрану.
4. Кочарян О. С. Структура мотивації навчальної діяльності студентів [Текст] / О. С. Кочарян, Є. В. Фролова, В. М. Павленко. — Х. : ХАІ, 2011. — 39 с.
5. Теорія і методика професійної освіти [Текст] / [З. Н. Курлянд, І. О. Бартенева, І. М. Богданова, О. А. Галицян, Р. С. Гурін та ін.] — К. : Знання, 2012. — 360 с.
6. Шара Є. Ю. Бухгалтерський облік у бюджетних установах і організаціях [Текст] / Є. Ю. Шара, О. М. Андрієнко, Л. І. Жидєєва — К. : Центр навчальної літератури, 2011 — 440 с.
7. Щербаков А. В. Імідж образовательного учреждения [Текст] / А. В. Щербаков // Справочник руководителя образовательного учреждения. — 2008. — № 9. — С. 39-46.