

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО АНКЕТУВАННЯ ЦІЛЮВИХ ГРУП – КОРИСТУВАЧІВ ПОСЛУГ ВНЗ

© 2016 РАЄВНЕВА О. В., ГОЛЬТЯЄВА Л. А., МІЛЕВСЬКА Т. С.

УДК 378.1

Раєвнева О. В., Гольцяєва Л. А., Мілевська Т. С. Методичний підхід до анкетування цільових груп – користувачів послуг ВНЗ

Метою статті є розробка методики анкетування цільових груп, що користуються послугами ВНЗ. Розроблена методика пропонується для виявлення потреб користувачів освітніх послуг та є складовою університетської системи моніторингу привабливості ВНЗ, яка спрямована на формування його позитивного образу в освітньому просторі. Наведена методика складається з п'яти етапів, для кожного з яких сформульовано цільові спрямованість, завдання та шляхи її досягнення. У статті проаналізовано та наведено основні вимоги до освітніх послуг, що висувуються цільовими групами ВНЗ. Впровадження розробленої методики дозволить здійснювати обґрунтоване та своєчасне коригування освітнього профілю ВНЗ, проводити модернізацію навчальних планів програм підготовки магістрів та бакалаврів, змісту відповідних навчальних дисциплін; спрямоване на усунення дисбалансу між можливостями ВНЗ у підготовці компетентнісного фахівця, з одного боку, та потребами роботодавців, з іншого.

Ключові слова: освіта, методика, анкетування, моніторинг, цільова група споживачів послуг ВНЗ.

Рис.: 3. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 9.

Раєвнева Олена Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри статистики та економічного прогнозування, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: olena.raev@gmail.com

Гольцяєва Людмила Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики та економічного прогнозування, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: Goltjeval@yandex.ru

Мілевська Тетяна Сергіївна – старший викладач кафедри статистики та економічного прогнозування, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

(пр. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: milevskats@mail.ru

УДК 378.1

Раєвнева Е. В., Гольцяєва Л. А., Милевская Т. С. Методический подход к анкетированию целевых групп – пользователей услуг вузов
Целью статьи является разработка методики анкетирования целевых групп, пользующихся услугами вузов. Разработанная методика предлагается для выявления потребностей пользователей образовательных услуг и является компонентом университетской системы мониторинга привлекательности вуза, направленной на формирование его позитивного образа в образовательном пространстве. Предлагаемая методика состоит из пяти этапов, для каждого из которых сформулирована целевая направленность, задачи и пути их достижения. В статье проанализированы и приведены основные требования к образовательным услугам, предъявляемых целевыми группами вузов. Внедрение разработанной методики позволит осуществлять обоснованную и своевременную корректировку образовательного профиля вуза, проводить модернизацию учебных планов, программ подготовки магистров и бакалавров, содержания соответствующих учебных дисциплин; направлено на устранение дисбаланса между возможностями вузов в подготовке компетентностного специалиста, с одной стороны, и потребностями работодателей, с другой.

Ключевые слова: образование, методика, анкетирование, мониторинг, целевая группа потребителей образовательных услуг.

Рис.: 3. **Табл.:** 2. **Библ.:** 9.

Раєвнева Елена Валентиновна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой статистики и экономического прогнозирования, Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: olena.raev@gmail.com

Гольцяєва Людмила Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики и экономического прогнозирования, Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: Goltjeval@yandex.ru

Милевская Татьяна Сергеевна – старший преподаватель кафедры статистики и экономического прогнозирования, Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: milevskats@mail.ru

UDC 378.1

Rayevnyeva O. V., Goltiaeva L. A., Milevska T. S. A Methodical Approach to Surveying Targeted Groups of Users of Services, Provided by Higher Educational Institutions

The article is aimed at developing methods of surveying the target groups of users of services, provided by higher educational institutions. The developed methods are proposed to identify the needs of users of educational services and is a component of the university system for monitoring the attractiveness of a higher educational institution, directed to establishing its positive image in the educational space. The proposed methods involve five stages, for each stage a task orientation, objectives and ways to achieve them have been formulated. The article analyzes and provides the basic requirements for educational services, imposed by the target groups of higher educational institutions. Introduction of the developed methods will provide reasonable and timely adjustment of the educational profile of a higher educational institution, to carry out modernization of curricula, programs for the training of masters and bachelors, contents of the relevant subjects; it is aimed at eliminating the imbalance between the capabilities of higher educational institutions in the preparation of competent specialist, on the one hand, and the needs of employers, on the other.

Keywords: education, methods, surveying, monitoring, target group of users of educational services.

Fig.: 3. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 9.

Rayevnyeva Olena V. – D. Sc. (Economics), Professor, Head of the Department of Statistics and Economic Forecasting, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: olena.raev@gmail.com

Goltiaeva Liudmyla A. – PhD, Associate Professor of the Department of Statistics and Economic Forecasting, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: Goltjeval@yandex.ru

Milevska Tetyana S. – Senior Lecturer of the Department of Statistics and Economic Forecasting, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: milevskats@mail.ru

Останнім часом соціально-економічна проблема забезпечення економіки висококваліфікованими спеціалістами стає досить важливою. Вона зумовлена, передусім, кількісною і якісною невідповідністю робочої сили, що пропонується на ринку праці, потребам роботодавців. Однак всупереч цьому можна спостерігати на ринку праці ситуацію, за якою по одних видах економічної діяльності є надлишок кадрів з вищою освітою, а по інших відчувається їх гострий дефіцит. Однією з причин такого дисбалансу є відсутність повної та достовірної інформації про чисельність і склад робочої сили, необхідної для здійснення економічної діяльності країни та її регіонів. Користувачами цієї інформації, у першу чергу, є вищі навчальні заклади, які мають здійснювати моніторинг реальних потреб ринку праці при плануванні обсягів підготовки фахівців за тими або іншими професіями і спеціальностями, а також державні структури, які займаються залученням кваліфікованих кадрів з інших регіонів (країн) і визначенням контрольних цифр бюджетного набору до установ професійної освіти.

Метою статті є розробка методики анкетування цільових груп, що користуються послугами ВНЗ, як засобу підвищення іміджевої привабливості університету.

Зазначена методика є складовою університетської системи моніторингу привабливості ВНЗ, спрямованої на підвищення іміджу та привабливості ВНЗ та формування його позитивного образу як в освітньому просторі, так й на ринку праці й споживчих уподобань населення.

Сьогодні одним з головних питань оцінки привабливості ВНЗ є розробка і вдосконалення методів контролю та управління якістю освіти, основні поняття та законодавчі позиції наведені в *табл. 1*.

Цільовою спрямованістю запропонованої методики є отримання системної оцінки якості освітніх послуг ВНЗ на підставі аналізу потреб і переваг різних цільових груп, які користуються його послугами, що є інструментом підвищення привабливості вищого навчального закладу.

Для досягнення цієї мети поставлено такі *завдання*: визначити переваги абітурієнтів при виборі ВНЗ; виділити основні вимоги роботодавців до фахівців з вищою освітою; оцінити якість освіти у ВНЗ; обробити та проаналізувати результати анкетування.

В основу методичного підходу покладено такі твердження:

- ✦ імідж і привабливість ВНЗ у сучасних умовах безпосередньо залежать від оцінки якості освітніх послуг різними групами їх споживачів;
- ✦ цільовими групами, що користуються послугами ВНЗ, виступають абітурієнти, студенти, випускники ВНЗ та роботодавці;
- ✦ ВНЗ надають послуги для ринку праці, а саме: задовольняють потреби роботодавців у необхідних фахівцях з вищою освітою;
- ✦ ефективність освітнього процесу ВНЗ залежить від своєчасного врахування зміни потреб національної економіки та уподобань населення.

Методика анкетування цільових груп, що є користувачами послуг ВНЗ, містить п'ять етапів (*рис. 1*).

Етап 1. Вибір та обґрунтування цільових груп. Метою даного етапу є визначення цільових груп споживачів освітніх послуг ВНЗ. Завдання – сформулювати підґрунтя обґрунтованого вибору та визначити перелік цільових груп, що є споживачами освітніх послуг.

Таблиця 1

Трактування поняття якості освіти

Джерело	Сутність поняття
Закон України «Про вищу освіту» [6]	Якість вищої освіти — це «сукупність якостей особи з вищою освітою, що відображає її професійну компетентність, ціннісну орієнтацію, соціальну спрямованість і обумовлює здатність задовольняти як особисті духовні й матеріальні потреби, так і потреби суспільства»
Декларація Міжнародної конференції з вищої освіти [2]	Якість освіти – це поняття, яке охоплює всі аспекти діяльності вищого навчального закладу: навчальні та академічні програми, наукову і дослідницьку роботу, професорсько-викладацький склад і студентів, навчально-матеріальну базу і ресурси
О. Ляшенко [3]	Якість освіти – це багатовимірне методологічне поняття, яке рівнобіжно віддзеркалює суспільне життя – соціальні, економічні, політичні, педагогічні, демографічні й інші життєво значущі для розвитку людини сторони життя. Як системний об'єкт її характеризують якість мети, якість педагогічного процесу і якість результату
Н. Островерхова [4]	Якість освіти – сукупна, комплексна, системна, цілісна характеристика, яка включає в себе, окрім якості навченості, ще й цілу низку параметрів, завдяки врахуванню яких оцінка результатів навчання може бути і підвищена, і зведена до нуля або навіть стати негативною
В. Гумбольт [1]	Якість освіти – оптимальна організація життєдіяльності університетів
К. Ясперс [1]	Якість освіти – реалістичне сприйняття набутого знання, зрозумілого самостійно
М. Вебер [1]	Якість освіти – знайти своє місце в системі виробничих і соціальних відносин
Л. Мамфорд, Е. Тоффлер [1]	Якість освіти – ефективно керувати технічними й соціальними системами

Стаття написана в межах виконання держбюджетної прикладної науково-дослідної роботи по темі № 41/2015-2016 «Розробка концептуально-методичного та модельного забезпечення механізму управління державним замовленням у межах ВНЗ для підготовки фахівців з вищою освітою відповідно до потреб ринку праці».

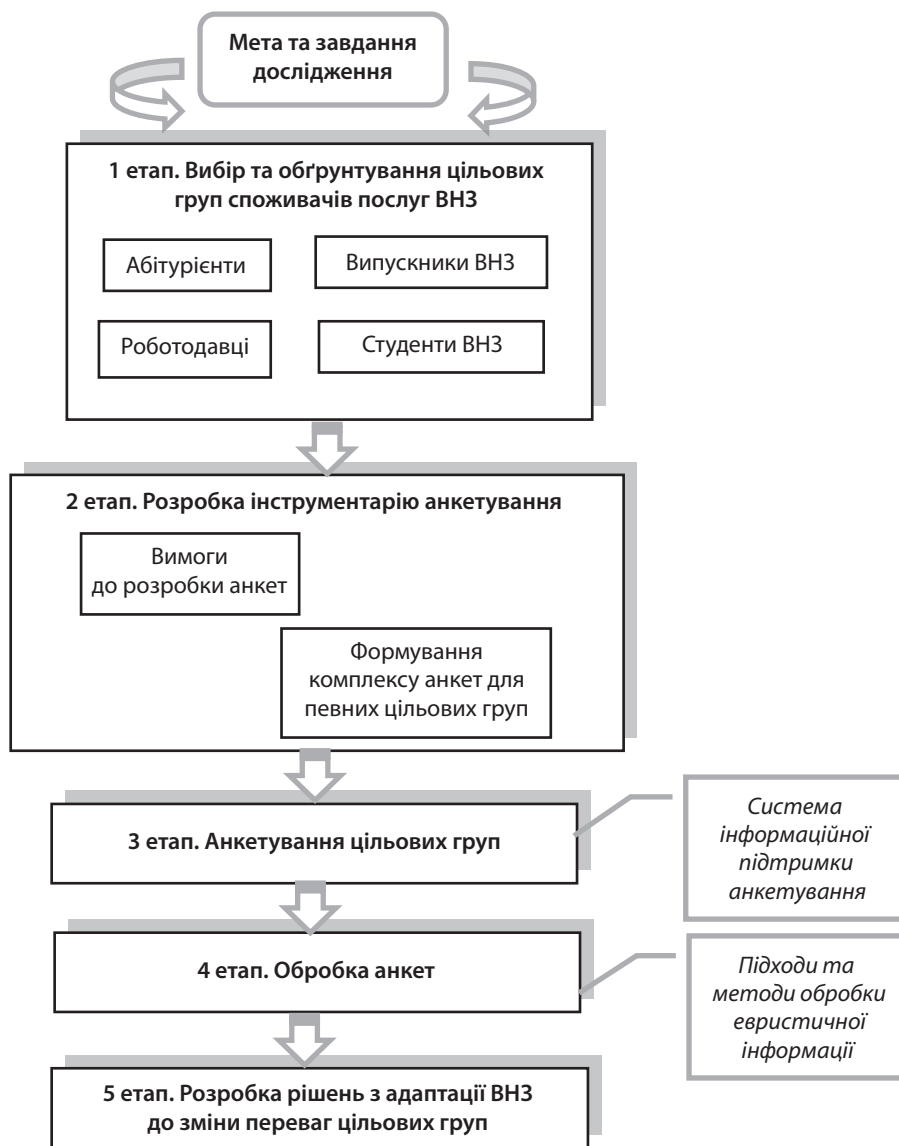


Рис. 1. Схема методики анкетування цільових груп ВНЗ

Аналіз практики діяльності ВНЗ дозволив зробити таку класифікацію цільових груп ВНЗ:

- ✦ *зовнішня група*: абітурієнти, що обирають для формування своїх професійних компетентностей найбільш успішні ВНЗ; випускники ВНЗ – обирають певний ВНЗ для посилення свого кар'єрного зростання з метою поглиблення свого фаху та отримання другої освіти; роботодавці, які обирають освітні послуги певного ВНЗ на підставі високих компетентностей фахівців, що його закінчили;
- ✦ *внутрішня група*: студенти ВНЗ, що є безпосередніми споживачами освітніх послуг, за допомогою яких визначається якість викладання у ВНЗ.

Своєю чергою, студенти та випускники ВНЗ є носіями іміджу ВНЗ, особливостей його корпоративної культури, традицій, цінностей. Залежно від того, наскільки ці цінності поділяються студентами, поширюється позитивна чи негативна інформація про ВНЗ. Абітурієнти та роботодавці є споживачами іміджу ВНЗ, які,

як правило, оцінюють діяльність освітніх організацій, збирають інформацію про якість освіти, про працевлаштування випускників, викладацький склад і інші важливі показники діяльності ВНЗ.

Основні вимоги до освітніх послуг, що висувуються цільовими групами ВНЗ, наведено на рис. 2 [5].

Етап 2. Розробка інструментарію анкетування. Метою даного етапу є обґрунтування методів, засобів, інструментарію анкетування, що використовується для опитування споживачів освітніх послуг. Завдання – провести аналіз існуючих методів анкетування та визначити цільову спрямованість анкет, що розробляються.

Методичним підґрунтям запропонованої методики виступає метод анкетування. Анкетування – найбільш поширений і ефективний метод збору первинної інформації.

Анкетування має суттєву перевагу над іншими методами збору евристичної інформації: опитування максимально формалізується; анкетування забирає часу менше, ніж інтерв'ю, не потребує залучення великої кількості осіб, які його здійснюють; витримується ви-

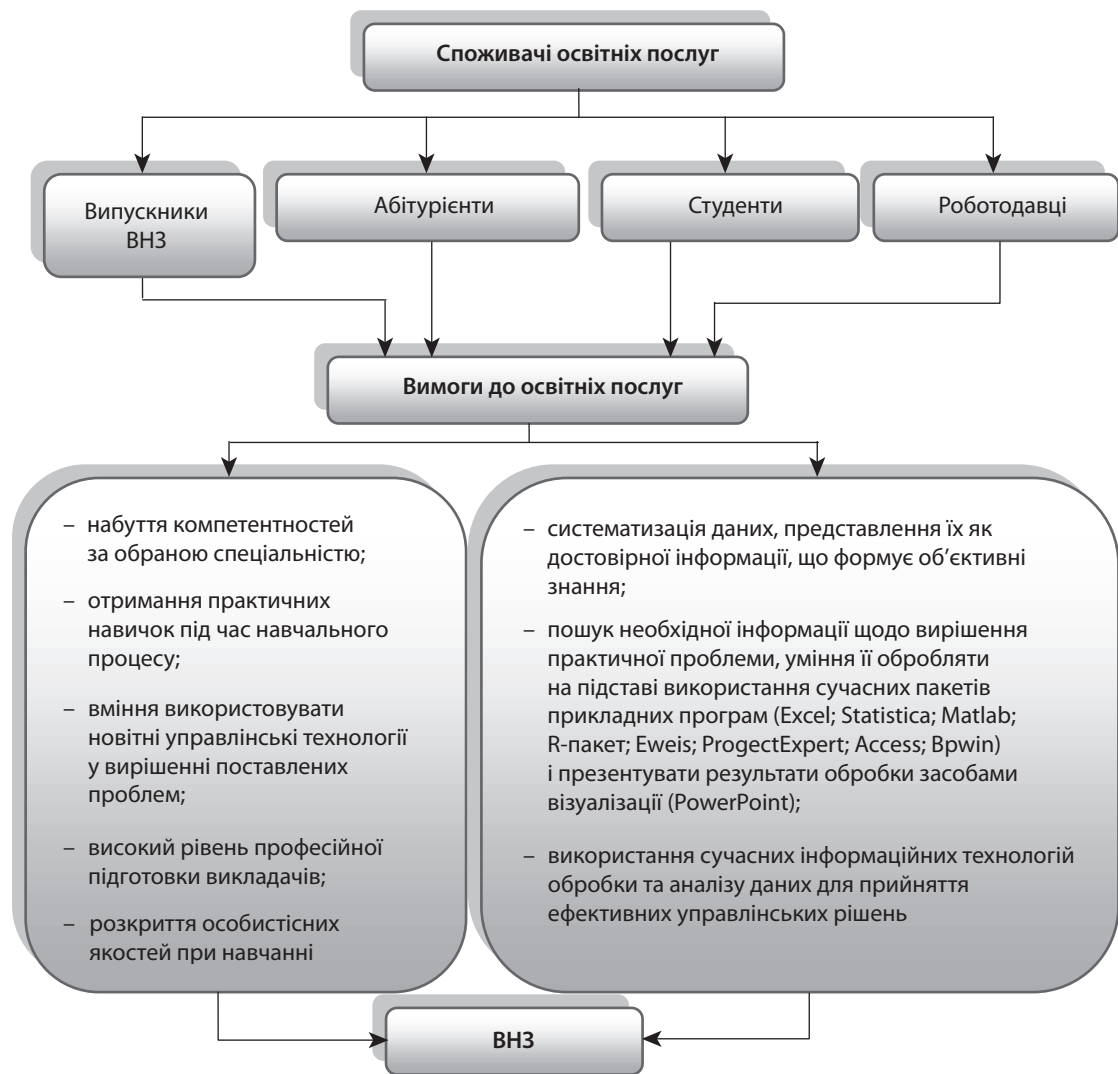


Рис. 2. Основні вимоги споживачів до освітніх послуг ВНЗ

мога анонімності відповідей, що підвищує їхню достовірність.

Значні обсяги вхідних даних, зростання їх у процесі визначення змінних, а також складність розрахунків зумовляють необхідність використання сучасних інформаційних технологій та інструментальних засобів обробки інформації. Тому на даному етапі пропонується використовувати розроблену систему інформаційної підтримки анкетування, що передбачає збір інформації засобами інтерактивного опитування груп споживачів.

Суттєвим питанням при використанні методу анкетування є визначення форми, виду та змісту анкети. Анкетування має кілька різновидів:

- ✦ очне та заочне;
- ✦ суцільне й вибіркове;
- ✦ відкрите та анонімне.

Очне анкетування передбачає безпосереднє одержання анкети. Цей вид анкетування найнадійніший, гарантує добросовісне заповнення анкет, майже стовідсоткове їх повернення. Заочне анкетування полягає в комп'ютерному тестуванні респондентів. Комп'ютерне тестування знань – це ефективний спосіб перевірки, який знаходить в освіті все більше застосування. Одні-

єю з переваг комп'ютерного тестування є мінімум часових витрат на отримання надійних підсумків контролю і отримання результатів. Воно дає змогу одночасно провести опитування на великій території.

При суцільному анкетуванні бланки заповнюють усі особи визначеної категорії, а при вибірквому – тільки певна частина таких осіб. Достовірність в останньому випадку досягається через випадковий добір одиниць вибіркової сукупності та рівні можливості для кожної одиниці генеральної сукупності увійти до вибірки.

При відкритому анкетуванні респонденти вказують відомості про свою особу (прізвище, ім'я, по батькові, час і місце народження, місце проживання, посаду), тож можливий елемент нещирості. При анонімному анкетуванні особа респондента залишається невідомою, що дає їй змогу бути більш ширшою, а це підвищує репрезентативність інформації про неї.

При проведенні опитування в даному дослідженні обрано очний, заочний, вибіркввий та анонімний види анкетування для отримання об'єктивної інформації від обраних груп споживачів.

Процес складання анкети містить кроки, представлені на *рис. 3*.



Рис. 3. Послідовність кроків складання анкети

Крок 1. Визначення мети анкетування, кола та кількості респондентів.

При розробці анкет в дослідженні дотримувались таких правил:

- ✦ зміст запитань повинен відповідати темі та завданням дослідження;
- ✦ форма запитань має відповідати цільовій групі респондентів;
- ✦ запитання повинні бути короткими, зрозумілими, доступними для опитуваних;
- ✦ необхідно, щоб складена анкета надалі була придатною для комп'ютерного опрацювання.

Крок 2. Розробка питань анкети.

Запитання в анкеті розбито на смислові блоки для забезпечення послідовності та логічності опитування респондентів. За структурою запитань анкети розділяються на:

- ✦ *відкриті* – це запитання, на які опитуваний може дати самостійну відповідь у вільній формі (не запропоновано жодних варіантів відповідей, і респондент може висловлюватися на власний розсуд);
- ✦ *напівзакриті* – дають можливість респондентові обрати відповідь із запропонованого набору варіантів відповідей чи доповнити своїм варіантом відповіді (у переліку запропонованих відповідей наявні позиції «інше»);
- ✦ *закриті* – дають повний перелік варіантів відповідей, пропонуючи обрати один (альтернативні) чи декілька з них (не альтернативні).

За формою запитань запропоновано використовувати прямі запитання, що дають змогу одержати інформацію безпосередньо від респондента. Питання не повинні містити незрозумілі для респондента терміни та поняття, неоднозначні чи розпливчасті формулювання.

Крок 3. Контроль розробленої анкети.

На даному етапі проводиться виявлення та виправлення помилок анкетування. Анкету перевіряють засобами логічного контролю. Логічний контроль – це перевірка сумісності даних, яка полягає в порівнянні взаємозалежних ознак [7].

Крок 4. Апробація анкети.

Проведення пробного анкетування на невеличкій кількості респондентів для перевірки їх ставлення до опитування та їх реакції на питання анкети. Реєструються усі значущі утруднення опитуваних, пов'язані з технікою заповнення анкети, нерозумінням змісту запитань, окремих слів. За результатами апробації до анкети вносяться необхідні виправлення.

На підставі запропонованої послідовності розроблено комплекс анкет визначення якості навчання та іміджевої привабливості ВНЗ (табл. 2).

Вищі навчальні заклади повинні мати стандарти, правила та пов'язані з ними процедури, які гарантують якість наданих ними освітніх послуг. Важливим є відповідність навчальних планів та програм вимогам ринку праці з урахуванням вподобань кожного студента для стимулювання розкриття його творчого та наукового потенціалів.

Тому пропонується здійснювати регулярне анкетування обраних цільових груп – споживачів освітніх послуг за допомогою засобів системи університетського моніторингу.

Етап 3. Анкетування цільових груп. Метою етапу є проведення анкетування серед обраних цільових груп за допомогою розроблених анкет. Основною вимогою до складених анкет є те, щоб кількість питань в анкеті не перевищувала кількості респондентів. Респондентами є:

Таблиця 2

Комплекс анкет для оцінки якості навчання та визначення іміджевої привабливості ВНЗ

Назва анкети	Цільова спрямованість анкетування
Анкета вимог роботодавців	Оцінка потреб ринку праці у кваліфікованих спеціалістах
Анкета випускника ВНЗ	Оцінка набутих компетентностей
Анкета абітурієнта	Оцінка переваг абітурієнтів при виборі ВНЗ
Анкета студента ВНЗ	Оцінка якості освіти

- ✦ студенти, що оцінюють якість освіти у ВНЗ. Це необхідно для визначення напрямків коригування освітнього процесу в університеті;
- ✦ випускники ВНЗ, які на підставі самооцінки визначають набуті ними компетентності після закінчення повного циклу навчання;
- ✦ абітурієнти, які обирають основні фактори привабливості ВНЗ, що впливають на їх споживчий вибір;
- ✦ керівники підрозділів, організацій реального сектора економіки та органів державної влади. Основною метою роботодавців є забезпечення кадрових потреб своїх підприємств та уникнення можливих ризиків чи зменшення наслідків від найму фахівців, які не повною мірою відповідають сучасним вимогам ринку праці та конкретних роботодавців [8; 9]. Досягнення цієї мети зумовлює необхідність тісного співробітництва між потенційними роботодавцями та ВНЗ, що наближає вимоги ринку праці до можливостей ринку освітніх послуг.

По кожній цільовій групі в анкетуванні необхідна участь не менше 50 респондентів.

Реалізація даного етапу запропонованої методики дозволить виявити сильні та слабкі сторони у процесі формування освітніх послуг, що сприятиме розробці заходів щодо більш швидкої адаптації випускників до потреб ринку праці. Для підвищення ефективності анкетування розроблена інформаційна система підтримки анкетування, що є інтерактивним засобом оцінювання, заснованим на дружньому інтерфейсі для відповідної цільової групи.

Етап 4. Обробка анкет. Метою даного етапу є визначення домінуючих потреб цільових груп в освітніх послугах ВНЗ і компетентностях спеціалістів з вищою освітою. Завдання цього етапу полягає в зборі, систематизації та обробці отриманої інформації проведеного анкетування. Як інструментарій реалізації даного етапу використовуються методи порядкового вимірювання та компаративного аналізу. На сьогодні існує багато методів порядкового вимірювання, до яких належать: ранжування всієї сукупності та по групах, парне порівняння, метод рейтингу, метод полярних профілів та ін. У рамках дослідження запропоновано використовувати метод ранжування для визначення домінуючих факторів вибору абітурієнтами певного ВНЗ та для оцінки якості навчання студентами ВНЗ. Компаративний аналіз пропонується застосовувати при визначенні відповідності між вимогами роботодавців до фахівців з вищою освітою та набутими компетентностями випускників ВНЗ.

Результатом четвертого етапу є оцінка відповідності освітніх послуг ВНЗ вимогам суспільства, запитам особистості та потребам ринку праці.

Етап 5. Розробка рішень з адаптації ВНЗ до запитів цільових груп. Метою даного етапу є формулювання управлінських рішень щодо змін в освітньому процесі ВНЗ відповідно до вимог цільових груп. Завдання цього етапу – синтез управлінських рішень, реалізація яких

дозволить вдосконалити процес надання освітніх послуг та підвищити іміджеву привабливість ВНЗ.

ВИСНОВКИ

Таким чином, впровадження запропонованого методичного підходу до анкетування цільових груп, що користуються послугами ВНЗ, дозволить здійснювати обґрунтований розподіл бюджетного фінансування в межах університету між спеціальностями та спеціалізаціями, здійснювати своєчасне коригування освітнього профілю ВНЗ, проводити модернізацію навчальних планів та програм підготовки магістрів та бакалаврів, змісту відповідних навчальних дисциплін, що сприятиме усуненню дисбалансу між можливостями ВНЗ у підготовці компетентнісного фахівця та потребами роботодавців. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Вікторов В. Г. Проблема управління якістю освіти (соціально-філософський аналіз) : монографія / В. Г. Вікторов; Ін-т вищ. освіти АПН України. – Д. : Пороги, 2005. – 286 с.
2. Вища освіта України і Болонський процес : навч. посіб. / Авт. кол. : М. Ф. Степко, Я. Я. Болюбаш, В. Д. Шинкарук та ін. ; [за ред. В. Г. Кременя]. – Тернопіль : Навчальна книга « Богдан», 2004. – 384 с.
3. Ляшенко О. Якість освіти як основа функціонування й розвитку сучасних систем освіти / О. Ляшенко // Педагогіка і психологія. – 2005. – № 1 (46). – С. 5–12.
4. Островерхова Н. Оцінка якості освіти / Н. Островерхова // Освіта і управління. – 2005. – Т. 8. – № 1. – С. 109–113.
5. Ткаченко К. О. Співробітництво роботодавців і підприємств з підготовки фахівців на основі їх рейтингової оцінки [Електронний ресурс] / К. О. Ткаченко. – Режим доступу : <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4842>
6. Закон України «Про вищу освіту» № 37-38 від 2014 р., ст. 2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
7. Управління забезпеченню національної економіки фахівцями з вищою освітою: досвід перетворень, теоретико-інструментальне підґрунтя : монографія / Під наук ред. докт. екон. наук, проф. В. С. Пономаренка, докт. екон. наук, проф. Раєвнєвої О. В., к. е. н., доц. Єрмаченко В. Є. – Х. : ФЛП Александрова К. М., 2014. – 288 с.
8. Сайт пошуку роботи Work.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.work.ua>
9. Сайт пошуку роботи Headhunter.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://hh.ua>

REFERENCES

- Liashenko, O. "Yakist osvity yak osnova funktsionuvannia i rozvytku suchasnykh system osvity" [The quality of education as the basis for the functioning and development of modern education systems]. *Pedahohika i psykhohohiia*, no. 1 (46) (2005): 5-12.
- [Legal Act of Ukraine] (2014). <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
- Ostroverkhova, N. "Otsinka yakosti osvity" [Assessment of the quality of education]. *Osvita i upravlinnia*, vol. 8, no. 1 (2005): 109-113.
- Stepko, M. F. et al. *Vyshcha osvita Ukrainy i Bolonskyi protses* [Higher education of Ukraine and Bologna process]. Ternopil: Navchalna knyha; Bohdan, 2004.
- Sait poshuku roboty Work. ua. <http://www.work.ua>

Sait poshuku roboty Headhunter. ua. <https://hh.ua>
Tkachenko, K. O. "Spivrobitnytstvo robotodavtsiv i pidprijemstv z pidhotovky fakhivtsiv na osnovi yikh reitynhovoi otsinky" [Cooperation of employers and enterprises for training specialists based on their rating evaluation]. <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4842>

Upravlinnia zabezpechenistiu natsionalnoi ekonomiky fakhivtsiamy z vyshchoiu osvitoiu: dosvid peretvoren, teoretyko-instru-

mentalne pidgruntia [The security management of the national economy specialists with higher education: the experience of transformations, theoretical and instrumental basis]. Kharkiv: FLP Aleksandrova K. M., 2014.

Viktorov, V. H. *Problema upravlinnia yakistiu osvity (sotsialno-filosofskyi analiz)* [The problem of managing the quality of education (social-philosophical analysis)]. Dnipropetrovsk: Porohy, 2005.

УДК 001.89:378

НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

© 2016 СЕЛІВАНОВА Н. М.

УДК 001.89:378

Селіванова Н. М. Науково-дослідницька діяльність студентів економічних спеціальностей: стан, проблеми та шляхи вдосконалення

Представлено аналітичний зріз сучасного стану та проблем науково-дослідницької діяльності студентів економічної спеціальності, який на сьогоднішній день характеризується зменшенням інтересу абітурієнтів до навчання за економічними спеціальностями. Таким чином, склалася ситуація, в якій науково-дослідницькі роботи студентів економічної спеціальності втрачають матеріально-технічну базу та повноцінне фінансування, що в перспективі призведе до того, що отримані результати матимуть лише теоретичну новизну. У зв'язку з характером визначених проблем, головним акцентом яких є державна політика, що спрямована на інституційне та фінансове скорочення науково-дослідницької діяльності, автором запропоновані організаційні шляхи покращення науково-дослідницької діяльності студентів економічних спеціальностей.

Ключові слова: науково-дослідницька діяльність, проблеми науково-дослідницької діяльності, стан науково-дослідницької діяльності, науково-дослідницька діяльність студентів економічних спеціальностей.

Рис.: 1. **Табл.:** 5. **Бібл.:** 8.

Селіванова Наталя Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку, аналізу та аудиту, Одеський національний політехнічний університет (пр. Шевченка, 1, Одеса, 65044, Україна)

E-mail: selivanova-78@bk.ru

УДК 001.89:378

Селіванова Н. М. Научно-исследовательская деятельность студентов экономических специальностей: состояние, проблемы и пути совершенствования

Представлен аналитический срез современного состояния и проблем научно-исследовательской деятельности студентов экономических специальностей, который на сегодняшний день характеризуется уменьшением интереса абитуриентов к обучению по экономическим специальностям. Таким образом, сложилась ситуация, в которой научно-исследовательская деятельность студентов экономических специальностей теряет материально-техническую базу и полноценное финансирование, что в перспективе приведет к тому, что полученные результаты будут иметь только теоретическую новизну. В связи с характером определенных проблем, главным акцентом которых является государственная политика, направленная на институциональное и финансовое сокращение научно-исследовательской деятельности, автором предложены организационные пути улучшения научно-исследовательской деятельности студентов экономических специальностей.

Ключевые слова: научно-исследовательская деятельность, проблемы научно-исследовательской деятельности, научно-исследовательская деятельность студентов экономических специальностей.

Рис.: 1. **Табл.:** 5. **Библ.:** 8.

Селіванова Наталья Николаевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры учета, анализа и аудита, Одесский национальный политехнический университет (пр. Шевченко, 1, Одесса, 65044, Украина)

E-mail: selivanova-78@bk.ru

UDC 001.89:378

Selivanova N. M. Scientific and Research Activities by Students of Economic Specialities: Status, Problems and Ways to Improvement

The article presents an analytical slice of the current status and problems of scientific and research activities by students of economic specialities, which today is characterized by a decrease in the interest of applicants towards studying economic specialities. Thus, a situation is created in which scientific and research activities by students of economic specialities lose material and technical base and full funding, that would mean in perspective that the results will have only a theoretical novelty. Due to the nature of certain issues, the main focus of which is the State policy aimed at the institutional and financial reduction of scientific and research activities, the author proposes organizational ways to improve research activities by students of economic specialities.

Keywords: scientific and research activities, problems of scientific and research activities, scientific and research activities by students of economic specialities.

Fig.: 1. **Tabl.:** 5. **Bibl.:** 8.

Selivanova Natalia M. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit, Odessa National Polytechnic University (1 Shevchenko Ave., Odessa, 65044, Ukraine)

E-mail: selivanova-78@bk.ru

Науково-дослідницька діяльність студентів економічних спеціальностей для сучасної України є надзвичайно важливим аспектом діяльності вищих навчальних закладів, який, своєю чергою, впливає на: а) формування майбутнього кадрового складу вищих

навчальних закладів; б) науково-виробничий потенціал країни; в) стан поточного рівня розв'язуваних економічних проблем; г) формування особистості студента. Таким чином, формування особистості завдяки здійсненню комплексної науково-дослідницької діяльності