

МАРКЕТИНГОВА МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЯКОСТІ НАВЧАЛЬНИХ ПОСЛУГ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

к.е.н., доцент Ілляшенко Н. С., студент гр.МК-31 Філатов В. Ю.

Українська середня освіта за 25 років незалежності пройшла довгий шлях, і ключова зміна – це запровадження ЗНО. З точки зору вступу до університету, рівноправного доступу до вищої освіти, оцінки рівня знань учнів з конкретних предметів – це беззаперечно успішна новація, яка відповідала і відповідає світовим стандартам.

Але в результаті уся система середньої освіти почала орієнтуватися виключно на один показник і не звертає увагу на сучасні вимоги ринку праці. В 2016 році, на Всесвітньому економічному форумі в Давосі спрогнозували, що в 2020 році 10 ключових навичок будуть включати: прийняття рішень та вирішення складних проблем, критичне мислення, креативність, управління талантами, координація з іншими, емоційне сприйняття, орієнтація на послуги, ведення переговорів, когнітивна гнучкість.

Більше того, за розподілом «великої трійки» сучасний співробітник має володіти як Hard Skills, так і Soft Skills. Звичайно для кожної окремої роботи відсоткове відношення може відрізнятись, але якщо в індустріальні часи Hard Skills – це було 80%, то зараз це в середньому 50 % на 50%. Враховуючи процес автоматизації, роботизації, Soft Skills з кожним роком буде збільшувати свою вагу, адже це і є наразі те, що не підлягає автоматизації принаймні в найближчій час.

Тому, якщо вважати, що ЗНО – це відображення Hard Skills учня, то це лише 50% від оцінки якості освітніх послуг окремої школи.

Саме тому ми пропонуємо нову методологію оцінки успішності школи, яка задовільнить проблеми усіх суб'єктів:

- 1) Міністерство буде бачити реальний рівень шкіл і в чому їх конкретні переваги, недоліки. Це дасть можливість допомогти їй таргетовано, а також робити відповідні кадрові зміни.
- 2) Директори будуть розуміти чіткі KPI, на які він/вона буде орієнтуватися. Це дасть більше прозорості при призначення на посаду конкретного директора, що краще для обох сторін.
- 3) Батьки, учні будуть розуміти яка школа для них є більш прийнятною.
- 4) Рейтинг дасть можливість оптимізувати шкільну мережу.

Інтегральний показник(рейтинг) буде враховувати 2 ключові показники: Soft і Hard Skills. Кожен по 50%. Hard Skills – це результат ЗНО.

Проаналізувавши міжнародний досвід, Soft Skills пропонується оцінювати за наступною методологією:

Soft Skills тест буде оцінювати результат не окремого учня, а саме навчального закладу. Тест проходить в один день, в 2 етапи: інтернет тест, практична частина.

Інтернет тест формується за прикладом тесту PISA, який покаже здатність прийняття рішень, рівень критичного мислення, креативність, когнітивну гнучкість, аналітичне мислення.

Практична частина покликана оцінити лідерські якості, емоційну стійкість, ведення переговорів, координація з іншими, презентаційні навички.

В тесті приймає участь від 5 до 10% відсотків 11 класників кожної школи. Хто саме – вибирає рандомно автоматична система. Проходить він в районних та обласних центрах. Кількість 5-10% забезпечить необхідною вибіркою, а також дозволить організувати такий тест силами окремого районного і обласного центру.

В результаті буде формуватися рейтинг шкіл.

АНАЛІЗ ПОЗИЦІЙ РЕСТОРАНІВ «CELENTANO» НА СУМСЬКОМУ РИНКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

д.е.н., професор Ілляшенко С. М., студент гр. МКМ-51 Река О. С.

За даними довоєнного 2013 р. [1], серед галузей, що вносять найбільший внесок в економіку України (за сумою податків і заробітної плати), на першому місці знаходиться торгівля та готельно-ресторанний бізнес (14,72%). Ресторанний бізнес є одним з небагатьох його видів, які почали швидко виходити з кризи пов'язаної з агресією Росії і втратами частини території. Попри зміни структури закладів (зменшення середнього цінового сегменту на користь сегменту швидкого харчування при практично незмінній частці верхнього цінового сегменту) ця галузь фактично відновила свої позиції і продовжує розвиватися, що робить її привабливою і спричинює загострення конкуренції.

Метою дослідження було аналіз позицій ресторанів «Celentano» на ринку ресторанного бізнесу м. Суми та розроблення заходів щодо їх посилення. Ці ресторани відносяться до середнього цінового сегменту (середній обсяг замовлення 70-200 грн. на людину), частка яких на ринку становить 33%. Структура їх відвідувачів: студенти – 7%, робітники та службовці – 19%, підприємці – 50%, керівники середнього рівня – 24%.

Результати SWOT-аналізу показали, що до сильних сторін ресторанів «Celentano» слід віднести: високу якість послуг та страв вироблених з кращих продуктів за рецептами бренд-шефа України та Європи; оригінальний імідж ресторану, який асоціюється саме за ним і ні з чим іншим. До слабких сторін: