

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

УДК 37.072:[65.018+65.016.7]+[004.051+006.85]

Гарник Людмила Петрівна
кандидат політичних наук, доцент
кафедри комерційної, торговельної та підприємницької діяльності НТУ «ХПІ»
докторант кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту
ХНТУ СГ імені Петра Василенка
м. Харків, Україна

ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ УКРАЇНСЬКИХ ВИШІВ ШЛЯХОМ ЗАПРОВАДЖЕННЯ CRM СИСТЕМ

***Анотація.** Під впливом глобалізації за останні десятиріччя було кардинально змінено та переглянуто ставлення до спроможності освітян мобілізувати внутрішні культурні, інтелектуальні та духовні цінності для сприяння інноваційному розвитку українського суспільства. Сьогодні, у добу поліцентричної економічної системи, яка базується на знаннях та культурних цінностях, Україна, як і більшість країн світу, постала перед нагальною потребою гармонізації протиріч між елементами національної та міжнародної систем освіти. Відповідно до сучасних трендів, більшість провідних освітніх та навчально-дослідницьких закладів уже отримали визнані на міжнародному рівні сертифікати на свої СУЯ (ISO 9001:2015), які базуються на процесному підході та ризик-орієнтованому мисленні, що є випробуваними на практиці інструментами для конструювання та подальшої розбудови їх унікальних систем управління якістю освітніх послуг. Дослідження присвячено огляду та аналізу кращих світових практик і можливостей упровадження CRM систем для оптимізації та гармонізації вітчизняної системи освіти. Традиційно лідери нашої країни приділяють особливу увагу розвитку інтелектуального потенціалу так само, як і культурній та соціальній мобільності громадян України шляхом надання їм єдиних прав доступу до інноваційної освіти.*

***Ключові слова:** управління якістю освітніх послуг, CRM системи, економіка знань, реформа національної системи освіти, інновації.*

Garnyk Liudmyla
(Kharkiv city, Ukraine)
PhD (Political science),
Associated professor of Commercial, trade and
Entrepreneurship activity department of NTU «KhPI»,
Doctoral candidate of Department of production, business and management organization
Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

OPTIMIZATION OF EDUCATIONAL SERVICES QUALITY MANAGEMENT IN UKRAINIAN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS BY IMPLEMENTATION OF CRM SYSTEMS

***Abstract.** Under influence of globalization within last decades were cardinally changed and revised viewpoints on ability of educators to mobilize internal cultural, intellectual and spiritual values for acceleration of innovative development of Ukrainian society. Now in epoch of knowledge- and cultural-based polycentric economic system Ukraine like many other countries of the world have faced with essential need to mediate contradicts between elements of national and international educational systems. According to contemporary trends, numerous of leading educational and educational-research institutions have got internationally recognized certificates on their QMS (ISO 9001:2015), based on process approach and risqué-oriented thinking, that are practically approved*

instruments for construction and further development of their unique quality management systems. Research is devoted to observe and analysis of better world practices and possibility of implementation the CRM systems for optimization and harmonization of current Ukrainian educational system. Traditionally leaders of our country pay special attention to increasing of intellectual potential as like as cultural- and social flexibility of Ukrainian citizens by providing for them equal access to based on innovations education.

Keywords: *quality management of educational services, CRM systems, knowledge economics, reform of national educational system, innovations.*

Останнім часом глобальний ринок і зростання темпів конкуренції на ньому докорінно змінили підходи щодо менеджменту освітніх послуг, які надають вищі навчальні заклади. Платоспроможні споживачі щоразу ставлять високі вимоги до якості, ціни та актуальності освітніх послуг, що змушує освітян адаптуватися до жорстких умов конкуренції на локальному й глобальному рівнях.

Аналіз останніх вітчизняних і зарубіжних джерел дає всі підстави стверджувати, що в практиці управління вишу простерігається низка значних недоліків, що знецінюють його бренд: атавізми радянської адміністративно-командної системи (надмірна бюрократизація процесу управління, непотизм, часті конфлікти інтересів через родинно-кланові зв'язки, корупція), формальне ставлення керівництва та співробітників до інновацій [4, с. 28], відсутність стратегічного планування діяльності, ізольований розгляд процесів і тенденцій розвитку вищої школи без урахування міжнародної практики. Консервативні підходи, незважаючи на певні переваги, сьогодні остаточно втратили свою ефективність через те, що багато вітчизняних освітніх закладів розглядають підприємства лише як ринок збуту своїх послуг, а не як потенційних партнерів у розбудові країни, а ті, хто усвідомив таку необхідність, поки що не винайшли ефективних стратегій переконання та залучення організацій і підприємств розпочати з ними плідну співпрацю. Утім зараз переважна більшість вишів стурбована радше проблемою виживання, ніж довгостроковими продуктами стратегічного розвитку та поліпшення якості освітніх послуг, включаючи моніторингові дослідження, кадровий менеджмент і корпоративне навчання співробітників [3, 7]. Тому вітчизняні та зарубіжні підприємства не розглядають навчання своїх працівників у вишах як пріоритет. Іноземні компанії, які зацікавлені в співпраці з українськими вишами, насамперед прагнуть отримати надійних партнерів у особі їх вищого керівництва, яке часто демонструє неготовність до конструктивного діалогу з ними через необізнаність та/або доволі поверхнєве розуміння ролі й відмінностей між традиційною (академічною) та інноваційною (зорієнтованою на потреби суспільства) освітою.

Місія, бачення та соціальна відповідальність традиційно є поняттями, що привертають увагу бізнесу й держави до вишу, наразі не отримують достатньої уваги. Місії є зазвичай суто декларативними та часто не пов'язаними зі стратегією та операційними планами вищих освітніх закладів [5, с. 79]. Незначна кількість випробуваних на практиці моделей успішної співпраці підприємств і вишів зумовлена

відсутністю єдиних та чітких вимог до національних стандартів якості надання освітніх послуг, а також недостатньою увагою до проведення та впровадження результатів досліджень із системної адаптації західних бізнес- і менеджмент-концепцій до локальних умов. Отже, якість надання освітніх послуг та партнерство з підприємствами можливо лише за умов, коли обидві зацікавлені сторони привноситимуть у нього свій інтелект, ноу-хау і рішучість у досягненні поставленої мети, а не лише потреби та кошти. Для кожної компанії є бажаним партнером той вищий навчальний заклад, який гармонійно поєднує в собі традиції (визнаний бренд) і новинки технічного прогресу, що є особливо актуальним, зокрема для технічних вишів [2, с. 42].

Рівень конкуренції на вітчизняному ринку освітніх послуг щороку зростає, та загострюється проблема залучення нових абітурієнтів унаслідок низки чинників:

1) «демографічна яма» 1991-1995 років негативно вплинула на загальну чисельність потенційних студентів-громадян України, що збільшує ризик вишів не пройти державну акредитацію;

2) популярність і розповсюдження дистанційної освіти та погіршення соціально-економічного становища в Україні негативно вплинули на інтерес студентів до традиційної системи освіти [5, с. 95];

3) не всі виші «встигають» за темпами розвитку науково-технічного та соціально-економічного прогресу, тому кількість вищих освітніх закладів (усіх форм власності) по Україні скоротилася в цілому на 27,8% – до 657.

Серед основних проблем, з якими стикається будь-який вищий освітній заклад, є такі:

1) організація та поліпшення колективної роботи студентів та співробітників з базами даних і системами дистанційного, корпоративного й змішаного навчання [2, с. 121];

2) оптимізація роботи та своєчасне наповнення офіційного інформаційного сайту;

3) спроможність формувати та зберігати інформацію щодо успішності та науково-соціальної активності студентів і аспірантів, щоб мати змогу оперативно аналізувати дані про подальший розвиток кар'єри випускників і робити висновки про відповідність поточних освітніх програм вимогам роботодавців на вітчизняному та зарубіжному ринках праці;

4) оптимізація збору, обробки та подальшої роботи з анкетами абітурієнтів;

5) централізований контроль своєчасної оплати за надання освітніх послуг;

6) забезпечення безперешкодного доступу до публічної інформації для співробітників вишу та споживачів освітніх послуг [1, с. 475–476];

7) розробка та впровадження інструментів збору й аналізу даних щодо поточного стану функціонування вишу;

8) розробка та впровадження системи розподілу, звітності та контролю за своєчасним і якісним виконанням поставлених задач перед персоналом.

Сьогодні відбувається перехід від традиційних (класичних) форм освіти до інноваційних, тому головною конкурентною перевагою підприємств і організацій, у тому числі й університетів, стає компетентність їх персоналу. Запорукою успіху у підвищенні якості освітніх послуг є впровадження на практиці ідеології загального управління якістю та заснованих на ній стандартів, за якими більш ніж п'ять тисяч навчальних закладів вже сертифікували свої системи управління якістю відповідно до вимог національних та міжнародних стандартів [6, с. 53–55]. До їх числа відносяться провідні вищі Китаю, Тайваню, Таїланду, Сінгапуру, Кореї, Австралії, Нової Зеландії, Марокко, ОАЕ та багатьох країн Європейського союзу і Північної Америки.



Рис. 1. Характеристика функціональних можливостей CRM системи на прикладі Бітрікс 24.

Досвід провідних університетів світу доводить, що інструментом, який здатний забезпечити реалізацію сучасної моделі якості підготовки випускника вишу, є повністю автоматизована система управління якістю, розроблена на основі CRM – найбільш ефективного інструменту для управління освітньою діяльністю, документообігом та маркетингом [1, с. 416]. Цей інструмент дозволяє: оперативно корегувати розклад навчальних занять; повністю відмовитися від низки бюрократичних процедур, які пов'язані зі зберіганням, обліком, аналізом та обробкою поточної документації; зберігати бази даних по споживачах освітніх послуг та компаніях-партнерах; оперативно отримувати доступ до фінансової

історії кожного здобувача освітніх послуг; швидко отримувати звіти щодо основних показників функціонування вишу; ставити та контролювати виконання завдань; проводити ефективні маркетингові кампанії. CRM систему використовують провідні інноваційні виші, такі як: Illinois State University та Arizona State University (США), University of Bradford та Westminster University of (Велика Британія), University of Amsterdam (Нідерланди) (див. рис.1).

Згідно до даних статистики з відкритих джерел, CRM систему використовують близько 87 % організацій–представників Західного бізнесу, тоді коли лише 6 % вітчизняних компаній наважилися запровадити її на практиці. Сьогодні на ринку України за даними дослідження GFK отримали визнання наступні CRM системи (див. рис. 2).

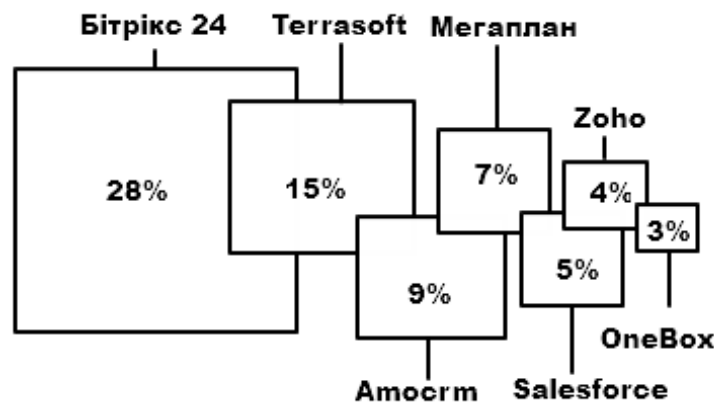


Рис. 2. Лідери українського ринку CRM систем.

Найбільш популярною у світі бізнесу є CRM система Бітрікс24, яку використовують наразі більш ніж сто тисяч компаній–лідерів світового бізнесу. Популярність цієї платформи зумовлена широким колом її функціональних можливостей та спроможністю поєднувати у собі максимальну кількість інструментів для успішного управління організацією, а також незначними у порівнянні з іншими аналогами фінансовими ресурсами на її побудову та обслуговування. Перевагою Бітрікс 24 є її простий і зрозумілий інтерфейс та технічні характеристики, що дозволяють працювати з цією системою з будь-якого комп'ютера, планшета чи телефону, які мають доступ до мережі Internet.

Тобто, Бітрікс 24 – це не лише CRM система, а єдиний інтерфейс, у якому відображена уся інформація по функціонуванню вишу. Впровадження такої системи у виші сприятиме виконанню вимог стандарту ISO 9001:2015, зокрема його розділу «Контекст діяльності підприємства», що визначає вплив зовнішніх факторів на результати діяльності вищого освітнього закладу та задоволення зацікавлених груп споживачів освітніх послуг – абітурієнтів і роботодавців. Останні тенденції розвитку системи вищої освіти України передбачають перехід вишів на стратегічне планування, тобто активне впровадження принципів ризик-орієнтованого менеджменту. Для чого новим стандартом передбачено постійне та системне проведення оцінки ризиків та прийняття управлінських рішень, які

ґрунтуються на результатах їх комплексної оцінки. Така вимога є конструктивним доповненням принципу «прийняття рішень, заснованих на фактах», який було покладено в основу попередніх версій цього стандарту. Такий підхід до застосування інноваційних технологій для інформатизації методів оцінки ризиків дає можливість вишу більш ефективно проводити запобіжні заходи й здійснювати покращення його діяльності. Цей стандарт також містить поняття «організаційне середовище», яким є навколишнє ділове оточення, що включає сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів, які враховуються під час стратегічного планування.

Провідна роль вишу – генерація, систематизація та розповсюдження знань, які формують ефективне середовище для науково-технічного прогресу і соціально-економічного розвитку освітнього закладу й країни в цілому. Успіх і визнання залежать від менеджменту «знань організації», тобто спроможності керівництва вишу враховувати накопичені знання та вміння всього колективу, які є результатом об'єднання інтелектуального потенціалу усіх співробітників, а також масивів інформації на його інформаційних ресурсах, що сприяє оптимальному формуванню робочих груп, команд та учасників проектів за допомогою інноваційних технологій [6, с. 83-84].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Buttle F. *Customer Relationship Management: concepts and technologies* / F. Buttle. - Oxford: Routledge, 2009 – 500 p.
2. *Digital Universities International best practices and applications* / K.Bentham, A.Briganti, S.Forconi and others. – V. 1(2014). - Roma: Gangemi Editore Spa, 2014. – 130 p.
3. GfK Ukraine – [Режим доступу до ресурса]: www.gfk.com/uk-ua
4. Hazlitt H. *Economics in One Lesson: The Shortest and Surest Way to Understand Basic Economics* / H.Hazlitt. – London: Crown Publishing Group, 2010. – 224 p.
5. Losh E. *The War on Learning: Gaining Ground in the Digital University* / E. Losh. – London: MIT Press, 2014. – 302 p.
6. *Quality assurance in higher education institutions in ukraine 2016 through the prism of european guidelines and standards ESG 2015* / Edited by M. Mazurkiewicz - Wrocław University of Science and Technology, Publishing House: EXANTE, 2015. – 106 p.
7. Radziwill N. Book Review: *Quality-I is Safety-II: The Integration of Two Management Systems* / Radziwill N. // *Quality Management Journal*, 25:4 (2018). – P. 203.