

приклади вкажемо три закономірності: спіраль «зарплати-ціни», зростання яких взаємно обумовлене; взаємний зв'язок між зростанням цін і зростанням об'ємів грошової маси; пряма взаємозалежність між спадом фізичних обсягів виробництва і розгортанням інфляційних процесів, що послідовно посилюють один одного (так звана інфляційна пастка).

Без «приборкання» інфляції не виходить якісного економічного розвитку. Інфляція «з'їдає» всі накопичення. У макроекономічній системі, схильній до інфляції, виникає безліч проблем, що породжують один одного подібно замкнутому колу, і завдання уряду полягає в тому, щоб знайти «вузькі» місця, в яких це коло може бути розірване.

ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКІВ В СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ ВУЗІВ

***Клімович Т.А., доцент, Кременчуцький університет
економіки, інформаційних технологій і управління***

Найважливішим елементом суспільно-державної системи та найважливішим показником розвиненості країни, заставою її процвітання й стабільності є середній рівень освіченості населення. Щоб успішно функціонувати сучасному вузу в системі ринків і суспільних інститутів, потрібні нові концепції проектування його діяльності. Аналіз вузу як об'єкта управління припускає звертання до цілого ряду питань: погляду на вуз як відкриту систему, що самоорганізується, стратегіям поведіння на ринку освітніх послуг, проблемам управління якістю освіти, організаційним структурам. Конкуренція інноваційних технологій навчання вимагає на ринку постійного вдосконалювання й розвитку освітніх послуг. Багатогранність названих проблем свідчить про актуальність розробки сучасних стратегій планування та розвитку сфери освітніх послуг.

На рівні вузів як важливий важіль керування, орієнтованого на результати, виступає стратегічне планування діяльності. Зокрема, у багатьох країнах обов'язковою є підготовка стратегічних планів розвитку вузів, що включають у себе визначення цілей і завдань, а також показників досягнення цілей вузу. Крім того, у вузах використовуються такі інструменти, як звіти про досягнуті результати, плани заходів, фінансові плани. Стратегічні плани містять

довгострокову стратегію вузів у відношенні надаваних ними послуг.

Стратегія розвитку України, Болонський процес та результати самооцінки вузів, приводять їх до осмислення необхідності системного планування своєї діяльності. Багато вузів стали розробляти стратегії розвитку, у яких визначалися місія, бачення, мета й завдання як на довгостроковий так і на середньостроковий період.

У більшій частині вузів планування присутнє в усіченому виді або відсутнє, що знижує прозорість діяльності вузів і заважає процес порівняння їхніх результатів. Лише деякі вузи мають розвинену систему планування. У зв'язку з цим питання планування є актуальними на сьогоднішній день і свідчать про необхідність розробки системи планування, побудованої на зустрічному плануванні: зверху вниз і знизу нагору. В основі планування діяльності вузу в цілому і його структурних підрозділів лежить система збалансованих показників, тобто кожний із включених у план захід розглядається з погляду фінансів, споживчої політики, внутрішніх бізнес-процесів, персоналу.

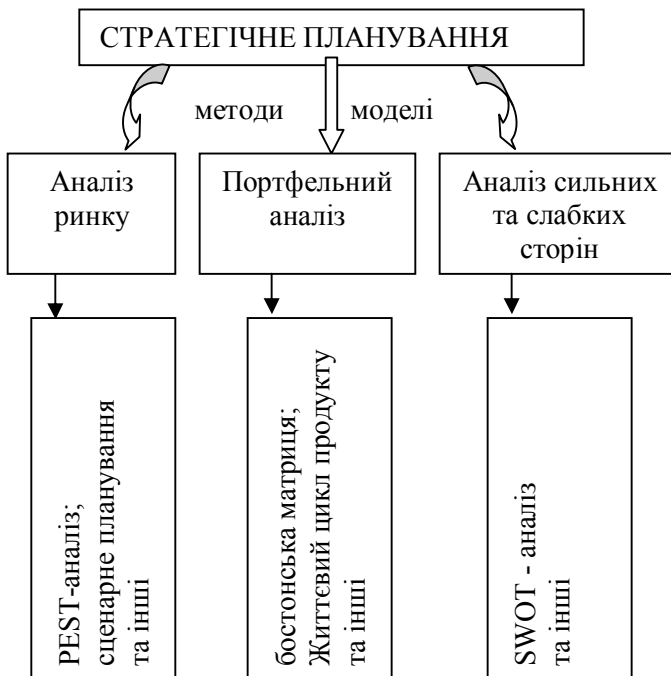


Рис. Моделі і методи стратегічного планування в вузах

В розвитку стратегічного планування в вузах використовують ті ж моделі і методи, що і в комерційному секторі (рис.1).

Центральним пунктом стратегічного планування у вузах є визначення стратегічних цілей і завдань у сфері освіти й наукових досліджень. У галузі освіти основний напрямок розвитку містить у собі, як правило, поліпшення якості навчання, вихід на нові ринки освітніх послуг, використання нових моделей і технологій навчання; задоволеність якістю навчання студентів, спонсорів і потенційних роботодавців, а також розширення варіативності й пропозиція нових програм і курсів.

У сфері наукових досліджень вузи часто ставлять завдання підвищення якості й результативності досліджень (в останньому випадку маються на увазі прикладні розробки, а не фундаментальні дослідження), розширення тематики досліджень, виявлення новітніх напрямків досліджень і т.п. Істотна увага приділяється комерційному аспекту, у зв'язку із чим можуть ставитися завдання розширення кола спонсорів і джерел фінансування (хоча, як правило, такі завдання ставляться не в стратегічному, а у фінансовому плані вузу).

Стратегічні плани вузів, як правило, містять і комплекс заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей і завдань, визначення відповідальних за кожний напрямок діяльності або досягнення конкретних цілей. При цьому в стратегічних планах ці заходи можуть бути зазначені з різним ступенем деталізації.

Як показує закордонна практика, у різних вузах стратегічні плани можуть грати різні ролі: в одних вузах вони можуть містити лише загальний опис основних пріоритетів розвитку, а в інших - виступати в якості докладного «керівництва до дії». При цьому загальний тренд у цій області - в підвищенні ролі стратегічного планування й стратегічних планів у роботі вузів: успіх в освітній і науково-дослідній діяльності в сучасних умовах багато в чому залежить від того, в якому ступені керівництво навчальних закладів здатне «уловити» загальні тенденції попиту та пропозиції на ринках освітніх і науково-дослідних послуг і оцінити їхню динаміку в середньостроковій перспективі. Розвиток стратегічного планування у вузі сприяє виконанню зазначеного завдання.

Плани заходів містять перелік завдань із вказівкою строків їхнього проведення, відповідальних осіб, стратегічних цілей, яким вони відповідають, а також індикаторів досягнення поставлених цілей і завдань. Плани заходів представлені найдетальнішим образом і, подібно стратегічним планам, складаються на різних рівнях

університету.

Фінансові документи являють собою стандартні бухгалтерські звіти, бюджети університетів, їхні інвестиційні плани. Як правило, подібні документи (за винятком загального бюджету) доступні тільки співробітникам вузу.

Звіти про результати діяльності містять у собі показники досягнення стратегічних цілей і завдань вузу за певний звітний період і короткий аналіз планованих дій у наступному періоді. Структура звітів досить однорідна: у них представлені місяця вузу, його стратегічні цілі й завдання, а також оцінка ступеня їхнього виконання. Фінансові показники представлені в різних вузах з різним ступенем деталізації. Як правило, вказуються джерела фінансових коштів вузу - наприклад, суми, притягнуті із приватних джерел, бюджетні кошти, виділені університету, а також вартість навчання одного студента.

Показники результатів діяльності вузів, представлені в їх програмних або оперативних документах, поділяються на показники кінцевих і безпосередніх результатів. До безпосередніх результатів діяльності вузів відноситься надання освітніх або інших послуг певної якості й обсягу. Показники безпосередніх результатів діяльності можуть включати кількість студентів, які навчаються по певних освітніх програмах, відсоток випускників, що влаштувалися за фахом, і так далі. До кінцевих результатів відноситься соціально-економічний ефект від наданих послуг для їхніх одержувачів, наприклад, кар'єрний ріст випускників за фахом, доходи випускників, задоволеність роботодавців якістю підготовки фахівців. Безпосередні результати діяльності вузів легше піддаються ідентифікації й оцінці, однак кінцеві становлять більший інтерес для соціальних груп, що споживають відповідні послуги, і для суспільства в цілому.

Використовувані вузами показники можна розділити на наступні основні групи:

— статистичні показники, що характеризують стан і мету в сфері освіти (число студентів різних напрямків, кількість студентів, що закінчили курс у встановлений термін, і т.п.)

— показники, що характеризують результати освітньої діяльності (кількість випускників, що продовжили навчання в магістратурах і аспірантурах; відсоток випускників, що влаштувалися на роботу протягом півроку після випуску, і т.п.);

— показники задоволеності студентів і випускників рівнем навчання (за даними національних опитувань і внутрішніх опитувань вузів);

— показники якості наукової діяльності (у якості основного у всіх вузах використовується показник обсягів зовнішнього комерційного й грантового фінансування, а також показники кількості публікацій);

— показники участі викладачів і студентів у науковій діяльності (у тому числі в грантових проектах);

— показники комерціалізації досліджень і розробок (число патентів, доходи від комерціалізації й т.п.);

— показники зв'язків з місцевим співтовариством (кількість заходів, проведених для місцевого співтовариства, суб'єктивні оцінки ролі університету в житті місцевого співтовариства);

— показники інтернаціоналізації (кількість і частка іноземних студентів, число закордонних викладачів, число міжнародних дослідницьких проектів і міжнародного фінансування, показники інтернаціональної мобільності студентів, суб'єктивна оцінка вузу міжнародним академічним співтовариством);

— місця вузів у національних і міжнародних рейтингах;

— показники зв'язків з випускниками (кількість учасників асоціації випускників, благодійні внески випускників і т.п.);

— показники забезпеченості ресурсами (забезпеченість комп'ютерами й доступом в Інтернет, устаткування аудиторій і лабораторій, показники відновлення бібліотечних фондів, доступ до електронних бібліотек і т.п.)

— показники задоволеності студентів і викладачів інфраструктурою й супутніми послугами університетів;

— показники економічної ефективності (зниження окремих видів витрат, показники фінансової стабільності, диверсифікованість джерел доходів і т.п.);

— запровадження в дію певних об'єктів (будівництво будинків, відкриття дослідницьких центрів і т.п.);

— соціальні показники (кількість і частка студентів з певних соціальних або національних груп, доступ до навчання студентів з обмеженими можливостями й т.п.);

— «процедурні» показники (введення певних процедур і правил - системи оцінки якості управління, внутрішніх правил і т.п.).

Щоб успішно функціонувати сучасному вузу в системі ринків і суспільних інститутів, потрібні нові концепції проектування його діяльності. Сучасний вуз можна розглядати як деяке віртуальне підприємство, що функціонує в мінливому не повністю певному середовищі, що моделює віртуальну реальність у наборі освітніх програм і в інформаційно-навчальному середовищі, що використовує

мережні організаційні форми.

Для реалізації своїх стратегічних планів, за допомогою яких вузи мають можливість переходу в якісно новий стан, необхідно вірно вибрати метод управління, який буде мати можливість згрупувати та систематизувати всі аспекти подальшого розвитку вузу в конкретні дії. В якості такого методу ефективно вибирати один із системних методів – збалансовану систему показників діяльності вузу. Така система показників дозволить одночасно:

— пов'язати стратегічні цілі з оперативними діями, що дозволяють реалізувати стратегію;

— враховувати нефінансові показники (поряд з фінансовими), що необхідно для оцінки діяльності університету, пов'язаної з нематеріальними активами й інформацією;

— вчасно реагувати на зміни в бізнес-процесах за допомогою порівняння показників, що вимірюють досягнуті результати, і показників, що відображують процеси по досягненню цих результатів.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА МАЛОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

КОМАРІСТ О.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ, ПДАА

Незважаючи на певну стабілізацію становища в економіці та фінансах проблема виживання малих підприємств залишається достатньо гострою і потребує вирішення, оскільки саме малі підприємства, виходячи зі світового досвіду, є найбільш ефективними та прийнятними у таких суспільно важливих галузях діяльності, як побутове обслуговування, громадське харчування, торгівля, сільське господарство та інші.

Як один з кроків на шляху виживання в складних економічних умовах малі підприємства використовують скорочення витрат, у першу чергу за рахунок скорочення і без того небагаточисельного персоналу. Особливо значні скорочення, за дослідженнями ситуації у ряді малих підприємств Харківської та Полтавської областей, торкнулись маркетингових підрозділів та маркетингової діяльності за мотивами «непродуктивності маркетингових витрат», відкладання маркетингової діяльності на майбутнє, «коли мине криза і стане легше».