

МОНІТОРИНГ ВИВЧЕННЯ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕНOSTІ РОБОТОДАВЦІВ ЯКІСТЮ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ЗА ОПП МАРКЕТИНГ

Опитування роботодавців щодо задоволеності якістю підготовки фахівців у СумДПУ імені А.С.Макаренка здійснюється згідно з «Методичними рекомендаціями до проведення анкетування з питань оцінювання освітнього процесу у Сумському державному педагогічному університеті імені А.С. Макаренка» (наказ № 420 від 30 вересня 2019 р.). Таке опитування є формою участі роботодавців у системі внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

Метою моніторингу було вивчення рівня задоволеності роботодавців якістю підготовки випускників фізико-математичного факультету для удосконалення системи якості вищої освіти в СумДПУ імені А.С. Макаренка.

Опитування роботодавців передбачає отримання та аналіз інформації щодо:

- відповідності між компетентностями, набутими здобувачами вищої освіти, та очікуваннями і потребами роботодавців;
- відповідності між потребами ринку праці та професійною підготовкою випускників;
- рівня конкурентоспроможності випускників університету;
- потреб у інших освітніх пропозиціях університету.

Аналіз результатів анкетування також дасть змогу співставити чинники, що впливають на ефективність професійної діяльності фахівця взагалі та рівень сформованості аналогічних характеристик саме у випускників ОПП Маркетинг.

Анкетування проводилося через Гугл-форму.

Учасники анкетування – роботодавці, в організаціях яких працюють, проходять чи проходили практику здобувачі, що навчалися на фізико-математичному факультеті.

Роботодавці на початку анкетування мали змогу висловити свою точку зору щодо чинників, що впливають на ефективність професійної діяльності фахівця взагалі. Вони зазначили, що на ефективність діяльності впливає:

- рівень загальнотеоретичної підготовки, при цьому однозначно впливає актуальність теоретичних знань, уміння застосовувати їх у професійній діяльності (на це вказали 100 % респондентів) та відповідність теоретичних знань кваліфікації (на це вказали 66,7%);
- рівень практичної підготовки, при цьому однозначно впливає актуальність практичних навичок (на це вказали 100 % респондентів) та їх достатність для практичного застосування (66,7%);
- націленість на результат (на це вказали усі респонденти);
- здатність працювати в команді, колективі, у тому числі частково впливає культура спілкування (на це вказали 66,7 % респондентів), та однозначно здатність налагоджувати контакти в колективі (100%);
- здатність ефективно представляти себе й результати своєї роботи (на це вказали 100 % респондентів);

- націленість на кар'єрне зростання і професійний розвиток (на це вказали 100% опитаних роботодавців);

- здатність до самоосвіти, при цьому однозначно впливає здатність самостійно засвоювати нові знання (на це вказали 100 % респондентів) та прагнення до самоосвіти (66,7%);

- ерудованість, загальна культура, комунікабельність (на це вказали 66,7% респондентів);

- володіння інформаційними та комунікаційними технологіями (100 %).

Аналізуючи відповідність між чинниками ефективності професійної діяльності фахівця взагалі та рівнем сформованості аналогічних характеристик саме у випускників ОПП Маркетинг, то роботодавці зазначили:

- повністю задоволені рівнем професійної підготовки випускників ОПП Маркетинг;

- стосовно рівня загальнотеоретичної підготовки, то думки роботодавців розділилися: повністю задоволені відповідністю теоретичних знань кваліфікації та актуальністю теоретичних знань у випускників (100%), частково умінням застосовувати їх у професійній діяльності (33,3%);

- рівнем практичної підготовки, у тому числі актуальністю практичних навичок задоволені 100% респондентів, а рівнем їх достатності для практичного застосування - 66,7% опитаних респондентів;

- націленістю на результат у випускників задоволена частина роботодавців (66,7%);

- на високий рівень здатності випускників ефективно представляти себе й результати своєї роботи вказали 66,7% респондентів;

- здатністю працювати в команді, колективі, у тому числі здатністю налагоджувати контакти в колективі задоволені усі опитані роботодавці, а культурою спілкування повністю задоволені тільки 66,7% опитаних;

- націленістю на кар'єрне зростання і професійний розвиток випускників повністю задоволені лише 66,7% респондентів;

- здатністю до самоосвіти, у тому числі прагненням до самоосвіти та здатністю самостійно засвоювати нові знання задоволені 66,7% опитаних роботодавців;

- рівнем практичної підготовки випускників та студентів повністю задоволені лише 33,3% опитаних роботодавців;

- рівнем володіння інформаційними та комунікаційними технологіями – 66,7% опитаних роботодавців.

Варто зазначити, що усі опитані роботодавці вказали, що цілі та програмні результати навчання за освітньою програмою відображають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці. А також компетентності, набуті здобувачами вищої освіти, відповідають очікуванням і потребам роботодавця (на це вказали 66,6% респондентів).

На високий рівень підготовки здобувачів вищої освіти за ОПП Маркетинг вказує той факт, що роботодавці зацікавлені в прийомі на роботу випускників Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка (на це вказали 66,7% респондентів). А також усі роботодавці готові розвивати ділові зв'язки та співпрацювати з Сумським державним

педагогічним університетом імені А.С. Макаренка та відповідними його структурними підрозділами. При цьому, основними напрямками співпраці є:

- виробнича практика студентів на базі організації;
- участь Ваших співробітників в освітньому процесі, проведення занять;
- проведення наукових та просвітницьких заходів.

Серед основних переваг у підготовці випускників Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка роботодавці виділили наступні:

- бажання випускників працювати (на це вказали 100% опитаних роботодавців);
- високий рівень теоретичних знань (на це вказали 66,7% опитаних роботодавців);
- володіння комунікативними навичками (66,7%);
- готовність випускників до швидкого реагування в нестандартних ситуаціях (66,7%);
- високий рівень володіння комунікативними навичками (66,7%).

Серед основних недоліків у підготовці випускників Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка, роботодавці поодинокі відзначили недостатній рівень практичної підготовки, та наголосили на відсутності бажання до саморозвитку та самоосвіти (на це вказали 66,7% опитаних роботодавців).

При цьому роботодавці також зазначили, що при підготовці випускників Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка необхідно покращити навички саморозвитку та самоосвіти та поліпшити рівень практичної підготовки.

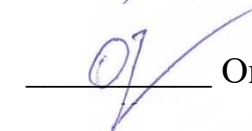
Аналізуючи результати опитування роботодавців, можемо узагальнити, що очікування від надання професійних послуг роботодавцям випускниками збігається зі сформованими компетентностями випускників за ОПП Маркетинг.

З урахуванням даних моніторингу та пропозицій, наданих роботодавцями, пропонується: провести відкриту зустріч усіх представників стейкхолдерів (зацікавлених сторін) для обговорення пропозицій, наданих роботодавцями. Зокрема, посилити формування комплексу практичних, надпрофесійних навичок, які відповідають за успішне професійне зростання майбутніх фахівців; уміння застосовувати теоретичні знання у професійній діяльності. Необхідно також звернути увагу на покращення навичок практичної підготовки за ОПП Маркетинг.

Фахівець ЦЗЯВО

 Олена Мичкіна

Начальник ЦЗЯВО

 Оксана Одінцова