

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.01.018>

JEL classification: G28, Q18

UDC: 378

Ольга ВАРЧЕНКО

доктор економічних наук,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Білоцерківський національний аграрний університет, Україна
E-mail: omvarchenko@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-9090-0605

Дмитро КРИСАНОВ

доктор економічних наук,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Білоцерківський національний аграрний університет, Україна
E-mail: Kryanov@btsau.edu.ua
ORCID ID: 0000-0002-9065-3325

Юлія ГРИНЧУК

доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту,
Білоцерківський національний аграрний університет, Україна
E-mail: yuliia.grynychuk@btsau.edu.ua
ORCID ID: 0000-0003-0297-7432

Надія РИБАК

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та економічної теорії,
Білоцерківський національний аграрний університет, Україна
E-mail: nadia.rybak0315@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-0740-2323

СКЛАДОВІ ПОЛІТИКИ ФОРМУВАННЯ КОНТИНГЕНТУ АБІТУРІЄНТІВ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

АНОТАЦІЯ

Вступ. В статті розглянуто теоретичні засади та іноземні практичні підходи профорієнтаційної роботи закладів вищої освіти аграрного профілю. Оцінено можливість застосування теоретичних підходів та спеціальних інструментів профорієнтаційної роботи у вітчизняних аграрних університетах. Запропоновано систему формування контингенту абітурієнтів закладами вищої аграрної освіти.

Мета. Метою статті є узагальнення теоретичних засад та практичних підходів формування якісного складу контингенту абітурієнтів аграрними університетами та обґрунтування складових профорієнтаційної політики в аспекті підвищення їх конкурентоспроможності.

Метод (методологія). В статті використано такі наукові методи пізнання: метод системного аналізу, абстрактно-логічний метод при узагальненні зарубіжного досвіду щодо профорієнтаційної підтримки учнів середніх шкіл та при обґрунтуванні можливості його використання у вітчизняній практиці; метод ретроспективного аналізу при висвітленні інструментів профорієнтаційної діяльності аграрних університетів, індукції та дедукції при

© Ольга Варченко, Дмитро Крисанов, Юлія Гринчук, Надія Рибак, 2023

Отримано: 27.01.2023 р.

Рекомендовано до друку: 12.02.2023 р.

Опубліковано: 29.03.2023 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Як цитувати:

Варченко О., Крисанов Д., Гринчук Ю., Рибак Н. Складові політики формування контингенту абітурієнтів як інструменту забезпечення конкурентоспроможності аграрних університетів. *Економічний аналіз*. 2023. Том 33. № 1. С. 18-28. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.01.018>

обґрунтуванні політики формування контингенту абітурієнтів аграрними ЗВО; абстрактно-логічний та монографічний методи для теоретичного узагальнення та формулювання висновків.

Результати. Узагальнено зарубіжний досвід щодо цілеспрямованої профорієнтаційної підтримки учнів у виборі аграрного профілю та обґрунтовано доцільність його використання у вітчизняній практиці. Узагальнено систему формування контингенту абітурієнтів закладами вищої аграрної освіти, запропоновано алгоритм формування політики аграрних університетів щодо потенційних абітурієнтів та обґрунтовано складові профорієнтаційної політики в аспекті підвищення їх конкурентоспроможності. Охарактеризовано цільові групи профорієнтаційного впливу закладів вищої аграрної освіти. Визначено, що успішна реалізація розробленої концепції залучення абітурієнтів може бути забезпечена на основі використання маркетингових інструментів та раціонального позиціонування аграрними університетами своїх послуг. Запропоновано та обґрунтовано запровадження спеціальних інструментів профорієнтаційної роботи для організації освітнього процесу на рівні сільської школи.

Ключові слова потенційні абітурієнти; аграрні університети; якість абітурієнта; конкурентоспроможність; партнерські відносини.

Вступ

Одним із важливих інструментів, що формують фахівців для аграрного сектору економіки, є мотивація при виборі майбутньої професії та якість знань абітурієнтів при вступі до вищих аграрних університетів. Саме тому формування якісного контингенту абітурієнтів – один із важливих аспектів діяльності закладу вищої освіти (ЗВО), у якому заінтересованими є держава, суспільство й безпосередньо університет. Одночасно, держава й суспільство ставлять вимоги, пов'язані із потребою у висококваліфікованих спеціалістах із високими моральними установками і ціннісними орієнтаціями, лідерськими здібностями, а також відповідними компетентностями та практичними навичками. Очевидно, що за цих умов університет повинен розробити цілеспрямовану програму підвищення якості, успішна реалізація якої забезпечує стабільність функціонування, підвищує репутацію та його конкурентоспроможність. Перелічене вище актуалізує питання формування контингенту абітурієнтів закладів вищої освіти, в т. ч. й аграрних, оскільки на сьогодні відсутні чіткі методичні та практичні підходи з його вирішення.

Зрозуміло, що врахування кількісної та якісної оцінки потреб суспільства у фахівцях необхідним є для задоволення потреб національного і регіонального ринків праці, що повинно забезпечуватися системою формування контингенту абітурієнтів ЗВО. Безперечно, відсутність такої системи знижує ефективність управління фахівцями вищої кваліфікації, а також уповільнює перехід галузей економіки до нового технологічного укладу. Збереження нашою країною позиції

однієї із провідного виробника агропродовольства в умовах переходу до нового технологічного етапу є викликом для всієї системи вітчизняної вищої аграрної освіти.

Окрім цього, розробка цілеспрямованої політики формування контингенту абітурієнтів дозволяє оперативно реагувати на зміни ринку освітніх послуг в коротко- та довгостроковій перспективі, що підвищує їх конкурентоспроможність та сприяє залученню більш підготовлених потенційних споживачів освітніх послуг. Не можна залишати поза увагою також й ту обставину, що беззбиткова діяльність ЗВО напряму залежить від чисельності здобувачів, що вимагає реалізації політики формування якісного контингенту абітурієнтів шляхом використання широко переліку інструментів формування привабливості освітніх програм, а також диверсифікації портфелю освітніх послуг, яка корелює із запитами та потребами ринку праці. Все це ставить нові вимоги до розробки стратегічної програми формування контингенту абітурієнтів аграрними університетами, оновлення системи аграрної освіти, яка б не лише дозволила задовольнити існуючі кількісні та фахові потреби аграрного сектору, але й здатних оперативно адаптуватися до освоєння інноваційних технологій.

Мета та завдання статті

Метою статті є узагальнення теоретичних засад та практичних підходів формування якісного складу контингенту абітурієнтів аграрними університетами та обґрунтувати складові профорієнтаційної політики в аспекті підвищення їх конкурентоспроможності.

Основними завдання щодо вирішення мети дослідження є: розглянути особливості

формування контингенту абітурієнтів аграрних університетів та розкрити його особливості; узагальнити зарубіжний досвід щодо цілеспрямованої профорієнтаційної підтримки учнів у виборі аграрного профілю та обґрунтувати доцільність його використання у вітчизняній практиці; запропонувати алгоритм функціонування політики формування потенційних абітурієнтів аграрними університетами та охарактеризувати цільові групи профорієнтаційного впливу.

При підготовці статті використано такі методи: абстрактно-логічний та монографічний методи в процесі теоретичного узагальнення та формулювання висновків; метод системного аналізу, абстрактно-логічний дозволив узагальнити зарубіжний досвід щодо профорієнтаційної підтримки учнів середніх шкіл та обґрунтувати можливості його використання у вітчизняній практиці. Метод ретроспективного аналізу при висвітленні інструментів профорієнтаційної діяльності аграрних університетів, індукції та дедукції при обґрунтуванні політики формування контингенту абітурієнтів аграрними ЗВО.

Виклад основного матеріалу дослідження

Контингент абітурієнтів ЗВО визначається як сукупність потенційних споживачів потенційних споживачів освітніх послуг, можливості яких підтверджуються відповідною базовою підготовкою, мотивацією в набутті фахових компетентностей, затребуваних на ринку праці, і направлені на досягнення певних цілей у підвищенні добробуту. Формування контингенту абітурієнтів це цілеорієнтована система заходів щодо забезпечення довузівської підготовки абітурієнтів, наборів майбутніх студентів ЗВО. З метою формування якісного контингенту абітурієнтів необхідно додержання таких принципів: забезпечення рівних прав та можливостей для всіх потенційних споживачів даної освітньої послуги; відповідність діяльності освітньої організації діючому законодавству; цілеспрямована профорієнтаційна робота, спрямована на підготовку мотивованого абітурієнта; забезпечення наступності вимог на різних етапах участі в діяльності освітнього ланцюга «школа – довузівська підготовка – ЗВО»; забезпечення відповідного рівня підготовка абітурієнтів для вступу до

університету; диверсифікація географії прийому, особливо за рахунок залучення іноземних громадян до навчання; пряма співпраця із освітніми закладами I-III ступенів, коледжами, активна робота із не прямими споживачами послуг вищої освіти – батьками абітурієнтів, які мають значний вплив на формування попиту на ринку освітніх послуг [1-3]. Однак, незважаючи на зусилля університетів, важливу роль відіграють у залученні абітурієнтів й зовнішні факторів.

Одним із таких чинників є якість контингенту абітурієнтів, який у подальшому формує певний рівень якості студентства, що характеризується наступними показниками: рівень знань, одержаних як безпосередньо в ЗВО, так і у довузівських закладах освіти, затребуваність у висококваліфікованих фахівцях конкретними сферами економіки на ринку праці, а також мотивація до одержання знань.

Вважаємо, що формування якісного контингенту абітурієнтів є цілеспрямованою, прогнозованою системою заходів, яка включає: обґрунтовану, взаємопов'язану діяльність університету за освітніми програмами різних рівнів підготовки; підготовка мотивованого абітурієнта через профорієнтаційну роботу; врахування особливостей та змін потреб ринку праці; об'єктивну та прозору систему відбору за результатами незалежного оцінювання. Зазначимо, що попит на послуги вищої освіти формуються під впливом таких чинників як престижність майбутньої професії, ймовірність працевлаштування, очікуваний рівень заробітної плати та затрати на навчання.

Однак, ринку послуг вищої освіти складно оперативно реагувати на зміни потреб ринку праці, що можна пояснити тривалістю циклу підготовки, який в середньому становить 4-6 років. До прикладу, ситуація на ринку праці із підготовкою фахівців юридичного та економічного профілю, коли існував попит на висококваліфікованих фахівців за даними спеціальностями, значна кількість абітурієнтів прийняли рішення по ним навчатися без врахування часового лагу, але до моменту випуску ринок праці був перенасиченим, що ускладнило їх працевлаштування.

Результати дослідження вітчизняних науковців доводять, що для аграрних університетів є досить складним внаслідок

впливу як об'єктивних, так й суб'єктивних чинником. Так, несприятлива демографічна ситуація, погіршення якої відбулося в умовах воєнного стану, що зумовлює зменшення чисельності абітурієнтів та попиту на освітні послуги ЗВО. Окрім цього, для аграрних університетів необхідно враховувати такий чинник як чисельність та структура сільського населення, оскільки саме воно формує значну кількість контингенту студентів із сільської місцевості [4; 5]. У зв'язку із цим слід вказати на недостатній рівень знань випускників міських шкіл, особливо з фізики та математики, хімії, іноземної мови [6], що негативно впливає на якість контингенту абітурієнтів.

Специфікою аграрних університетів є те, що у портфелі освітніх програм є програми підготовки фахівців аграрного профілю та спеціальностей, які є високо затребуваними на ринку праці. Вважаємо, що така особливість певною мірою вирізняє аграрні ЗВО у конкуренції за абітурієнта, оскільки подібність освітніх програм негативно впливає на репутацію освітньої діяльності в цілому. У

абітурієнтів відсутнє бажання поступити в конкретний ЗВО, оскільки всі університети надають однаковий перелік послуг. З метою залучення абітурієнтів не лише за кількісними характеристиками, але й високими якісними параметрами необхідно розробити чітку стратегію та систему формування контингенту студентів.

Розглянемо алгоритм функціонування системи формування контингенту студентів закладами вищої аграрної освіти, який передбачає декілька рівнів їх взаємодії по задоволенню інтересу щодо залучення абітурієнтів із високими якісними та кількісними характеристиками. Так, університет безпосередньо взаємодіє зі структурами, які представляють агробізнес та різноманітні сектори регіональної економіки. Кінцевим об'єктом є потенційні споживачі освітніх послуг, тобто абітурієнти, на яких чинять цілеспрямований вплив різними підходами та інструментами, які зумовлені зовнішніми та внутрішніми чинниками (рис. 1).



Рис. 1. Система формування контингенту абітурієнтів закладами вищої аграрної освіти

Джерело: узагальнено авторами.

Отже, на верхньому рівні аграрні університети повинні формувати партнерські довгострокові відносини із представниками різних секторів економіки, що дозволить визначати потреби та запити до випускників, а також проводити моніторинг їх потреб. Так, державний сектор, який представлений центрами зайнятості, через які аграрні університети можуть відстежувати стан ринку праці, потреби у окремих фахівцях, а також визначати надлишок чи нестачу у кваліфікованих фахівцях. На основі цієї інформації, необхідно періодично робити прогноз потреби конкретного регіону в фахівцях та розробляти політику в сфері формування контингенту абітурієнтів, а також вносити корективи в освітні програми із урахуванням цих даних.

Співпраця із регіональним агробізнесом, також дозволяє одержати актуальну інформацію про потреби у фахівцях, що забезпечує освітній організації не лише оперативне внесення змін в освітні програми та сприяє працевлаштуванню випускників, й можливість одержати доступ до інноваційних технологій та продуктів при підготовці здобувача освіти, що позитивно вплине на якість освіти. Отже, співпраця аграрних ЗВО із представниками агробізнесу дозволяє визначити як кількісні параметри попиту на фахівців аграрного профілю з боку підприємництва, так й якісні, тобто рівень компетентностей та практичних навичок. Зворотнім зв'язком у цій моделі буде формування товарної пропозиції на ринку праці фахівців із необхідним набором знань, вмінь і компетентностей, здатних підвищити ефективність агробізнесу.

Співпраця аграрних університетів із освітніми організаціями дозволяє визначити кількість потенційних абітурієнтів, а також інформацію про якість їх підготовки, рівня знань через аналіз успішності, результатів складання незалежного оцінювання та ін. Ця інформація є необхідною університетам для розробки інструментів залучення потенційних абітурієнтів, а також формування рівня вимог до вступників. Окрім моніторингу даних пропозиції майбутніх абітурієнтів на ринку освітніх послуг, партнерство із освітніми структурами дозволяє відстежити й попит на

послуги вищої освіти з боку домашніх господарств. Це проявляється за двома напрямками. Так, по-перше це попит сільських домогосподарств, які є виробниками сільськогосподарської продукції для власних потреб та продажу, які направляють на навчання за певними спеціальностями власних дітей чи родини. По-друге, ця співпраця дозволяє університету напряму контактувати із безпосередніми клієнтами – учнями освітніх закладів та їх батьками, визначити сегмент потенційних абітурієнтів, знати їхні інтереси, потреби та наміри щодо вибору напряму фахової підготовки. Діяльність представників ЗВО напряму із вчителями та учнями сприяє залученню великої кількості потенційних абітурієнтів, а також коригування їх інтересів на свою користь. Узагальнюючи вищезазначене, можна зробити висновок про те, що співпраця із освітніми закладами дозволяє аграрним університетам впливати на попит і пропозицію на ринку освітніх послуг.

Наступним рівнем в цій моделі є обробка інформації та розробка стратегії формування контингенту із урахуванням регіональних особливостей, потреб секторів економіки та кон'юнктури ринку праці. Серед специфічних вимог розробки концепції формування контингенту абітурієнтів аграрного університету слід виділити такі: розробка середньо- або довгострокової стратегії; відбір напрямів діяльності, які сприяють досягнення поставлених цілей; використання значного обсягу різнобічної інформації; циклічність розробки стратегії, із можливістю внесення коректив із урахуванням трендів розвитку вищої світи, змін у галузі, на ринку праці, тощо; обґрунтування кількісних та якісних показників оцінювання результативності діяльності з формування контингенту абітурієнтів.

Розробка політики формування контингенту абітурієнтів аграрних університетів повинна здійснюватися за такими етапами:

1. Моніторинг стану попиту та пропозиції на ринку праці, взаємодія із його учасниками, відстеження тенденцій, потреб, попиту та пропозиції, а також циклічних коливань.
2. Оцінка поточного стану та прогноз потреб ринку праці на перспективу, оскільки університети залучаючи абітурієнтів на певну спеціальність, повинні проаналізувати потребу

у фахівцях даного профілю до моменту завершення навчання здобувачів освіти.

3. Аналіз основних конкурентів ЗВО та визначення власних конкурентних переваг, які потрібно доносити потенційним абітурієнтам у заходах комунікації.

4. Постановка цілей і задач, визначення основних кількісних та якісних показників формування контингенту університету.

5. Вибір цільового сегменту – потенційних абітурієнтів аграрного ЗВО, із урахуванням одержаної інформації про попит з боку потенційних споживачів на основі взаємодії із освітніми закладами регіону.

6. Розробка стратегічних альтернатив та вибір основної стратегії формування контингенту абітурієнтів.

7. Розробка методів, засобів та інструментів залучення потенційних споживачів та оцінка їх запитів та потреб.

Після проходження всіх етапів стратегічного планування концепції формування контингенту студентів аграрний університет вибирає цільову групу, після чого переходить до її реалізації на основі різних маркетингових інструментів. Даний етап включає у себе профорієнтаційну та маркетингову діяльність університету. Метою профорієнтації є раціональний розподіл майбутнього кадрового потенціалу відповідно до здібностей, інтересів та можливостей особистості та потреб суспільства. Основними напрямками діяльності є: ознайомлення майбутніх абітурієнтів із особливостями фаху; виявлення схильностей, здібностей та інтересу до певних професій; надання фахової консультації з питань вибору спеціальності та надання індивідуальної підтримки; діагностування на фахову придатність за обраною професією для виявлення імовірності успішного засвоєння та кар'єрного зростання в майбутньому; знайомство із реаліями обраного напрямку підготовки та соціально-трудова адаптація; запровадження інноваційних методів та технологій у професійне виховання.

Існують різні методи впливу на потенційний контингент абітурієнтів вищої школи, які включають: інформаційно-довідкові зорієнтовані на поширення інформації про університет (факультет, освітню програму, спеціальність та ін.), залучення уваги до нього;

методи, що передбачають морально-емоційну стимуляцію, зорієнтовані на надання допомоги в фаховому самовизначенні; методи прийняття рішень та побудови перспектив кар'єрного зростання [7-9]. Ці методи та інструменти їх реалізації широко представлені в науковій літературі, тому ми не будемо детально розглядати.

Однак, враховуючи специфіку аграрної освіти, то вона вимагає ведення профорієнтаційної роботи впродовж більш тривалого періоду. Цей висновок підтверджує досвід накопичений у США, де перші спроби розробки спеціалізованих програм сільськогосподарської освіти були зроблені ще в першій половині ХХ століття. Однак, лише у 1981 р. Міністерством сільського господарства США було сформовано профільну робочу групу, яка мала розробити варіанти створення системи шкільної сільськогосподарської освіти. Робоча група рекомендувала Міністерству сільського господарства країни стати координатором заходів щодо популяризації сільськогосподарської грамотності на національному рівні, а також надавати штати фінанси для організації власних програм. Ця ініціатива була реалізована в програмі АІТС (Agriculture in the Classroom Program – академічне навчання в класі), яка офіційно була затверджена в 1982 році [10].

На початку 1990-х років у більшості штатів країни були створені програми АІТС, які мали на меті включення учнів 12 класів середньої школи до навчання через використання спеціальних навчальних програм, підвищення кваліфікації педагогічного персоналу. На сьогодні АІТС є основною програмою підтримки аграрної освіти в школах, яка проводить щорічні національні регіональні та національні конференції, програми премій для учителів та їх навчання, розробку освітніх веб-ресурсів, зорієнтованих на учнів та учителів.

Зазначимо, що на сьогодні довузівська платформа аграрної освіти та профорієнтації базуються на комплексі заходів, які є обов'язковими для проходження. Цей досвід оцінюється, оцінки визнаються нарівні із атестатом та може відігравати важливу роль при побудові кар'єри. Так, перший рівень довузівської підготовки включає програму АІТС, яка є теоретичною програмою, що передбачає

інтеграцію в навчальний курс поглибленого вивчення окремих дисциплін, проведення лабораторних робіт та заходів, спрямованих на розвиток навичок теоретичного вирішення для сільського господарства проблемних питань, а також інших гуманітарного характеру. Ця програма діє в 50 штатах США, охоплює 96 тис. учителів агрокласів та 8,2 млн учнів. Фінансування програми здійснюється на основі бюджетних коштів та спонсорських внесків.

Цікавим також є досвід профорієнтаційної роботи в США, який передбачає проведення цілого ряду спеціалізованих заходів для талановитих та найбільш мотивованих учнів, таких як: Future Scientist («Майбутній вчений») – партнерські проекти агрокласів та центрів внутрішніх досліджень Міністерства сільського господарства США ARS (Agricultural Research Service), які реалізуються за участю Техаського університету [11; 12]. Ці проекти передбачають такі заходи: презентації результатів досліджень, демонстрації розробок для вчителів, учнів та їх батьків, дні.

AgDiscovery – просвітницька програма в форматі літнього табору для учнів середнього та старшого віку [13]. Вона розрахована на 2-4 тижні та проживання на території кампусів університетів, у рамках якої учні зустрічаються із професорами університетів, дослідниками, фермерами та науковцями центрів внутрішніх досліджень, а також беруть участь в практичних роботах, семінарах, ознайомчих турах та інших заходах.

Наступним видом профорієнтаційної діяльності є так звана практична програма навчання «Сільськогосподарський досвід під наглядом» (Supervised Agricultural Experience, SAE), яка доповнює теоретичні заняття в класі емпіричним досвідом на підприємствах реального сектору або в умовах імітованого робочого середовища на території шкільних дослідних станцій (мікроферм, теплиць, садів та ін.) [14]. Навчання передбачає постійне залучення в активності SAE і проводиться щоденно. Ця програма спрямована на демонстрацію різних варіантів кар'єрного та фахового зростання, поведінки на робочому місці, а також розвиток конкретних навичок на основі їх відпрацювання в умовах виробництва або в модельованому середовищі. Шкільна

програма SAE поділяється на два рівні участі: базовий та поглиблений.

Так, базова програма – навчання по ній проходять всі учні не залежно від наявного досвіду участі в SAE, включає такі заходи набуття досвіду за напрямками: аналіз кар'єри та її планування; управління особистими фінансами; забезпечення безпеки робочого місця; відпрацювання навичок працевлаштування і досягнення кар'єрного зростання; розвиток загальної сільськогосподарської грамотності.

Програма «поглибленого досвіду» передбачає одержання практичного досвіду в окремих сферах та включає такі напрями: практичне навчання – організація стажувань учнів на підприємствах реального сектору (ферми, харчові виробництва та інших), або в шкільних лабораторіях; підприємництво – передбачає одержання досвіду планування, фінансового обліку та прийняття рішень у бізнесі, пов'язаному із сільським господарством або суміжними областями (спостереження та розробка власного проекту); дослідження – передбачає одержання учнями досвіду від участі в дослідницьких проектах, а саме: експеримент – у рамках даного проекту учень повинен провести (або взяти участь) у сільськогосподарському експерименті. Мета проекту полягає у напрацюванні навичок впевненого формування цілей, задач, гіпотез їх перевірки, документування наукового процесу; аналітика – передбачає виділення учням реальної проблематики і розробку плану її дослідження, розробку концептуальної моделі її вирішення. Кваліфікаційний проект – це створення повністю упакованого рішення, який включає концепцію продукту, маркетинговий і виробничий план, тощо; винаходи – учням пропонується вибрати певну проблему або потребу та виконати пошук її вирішення, в т.ч. шляхом удосконалення або адаптації існуючого продукту або послуги. Проект передбачає проходження етапів планування, документування, проектування і прототипування із тестування розробки.

Проект «шкільне підприємство» це підприємницька діяльність в шкільному середовищі, управління якої здійснюють учні. Зазвичай ця діяльність пов'язана із виробництвом і реалізацією продовольства,

яке вирощують в шкільних садах, теплицях, дослідних ділянках. Завданням вчителя є максимальне наближення процесів до реальних умов.

Лідерство – це проект, який передбачає реалізацію ініціативи з вирішення певної локальної проблеми. Реалізація цього проекту повинна продемонструвати лідерські якості організатора, оскільки проект може бути як індивідуальним, так й груповим.

У окремих штатах країни сільськогосподарське навчання є одним із найбільш популярних напрямів фахової орієнтації учнів середніх шкіл. При цьому лише частина випускників шкіл, які пройшли навчання за системою SAE, працевлаштовуються в аграрній сфері або одержують сільськогосподарську фахову освіту, більшість вибирають інші напрями.

Наступним блоком профорієнтаційної підтримки аграрної освіти є членство в суспільних організаціях, основними із яких є: 4-H (Head, Heart, Hands, and Health) – це національна мережа молодіжних організацій із девізом «вчитися робити, роблячи» [15]. Ця організація вважається орієнтованою є на сільське господарство, підтримується Міністерством сільського господарства США, але фокусується на більш загальних завданнях – зміцнення патріотизму, просунення здорового образу життя та інтересу до науки, техніки та технологічним програмам, орієнтує молодь на особистісний ріст та кар'єрний успіх. Ця організація на сьогодні об'єднує понад 6 млн чоловік.

Наступною організацією є «Майбутні фермери Америки» (Future Farmers of America, FFA), яка є національною. У ній беруть участь сільськогосподарські класи рівня середньої школи, а число учасників досягає 670 тис. чоловік [16]. Основною метою цієї організації є розвиток у своїх членів прагнення до лідерства та особистісного зростання, формування лояльності до аграрних спеціальностей. Основні види діяльності цієї організації передбачають організацію конференцій, конкурсів та змагань з різних сільськогосподарських напрямів, підтримується понад 20 заходів національного рівня, а також приділяється значна увага формуванню позитивного образу роботи у

галузі, розробки і презентації варіантів кар'єрних траєкторій. Зокрема, суспільство підтримує портал вивчення кар'єрних можливостей AgExplorer.

Вважаємо, що позитивний вплив на репутацію та формування контингенту абітурієнтів за аграрними спеціальностями у США має поширення в суспільстві думки, університет є центр поширення знань. Місія системи поширення знань Міністерством сільського господарства США формується як надання допомоги людям з метою покращення їхнього життя через освітній процес, в основу якого покладено наукові знання, які орієнтується на вирішення реальних проблем та потреб. Узагальнюючи зарубіжний досвід можна зробити висновок про те, що профорієнтаційна робота щодо підготовки випускників середньої школи до вибору фаху повинна бути цілісною, багаторівневою та тривалою у часі. У вітчизняних умовах зазвичай цю профорієнтаційну діяльність проводять лише університети, охоплюючи нею лише випускників, що не дозволяє отримати позитивні результати в напрямі формування кадрового потенціалу для аграрного сектору економіки.

Окремим методом формування контингенту абітурієнтів є робота діяльність аграрних університетів із вчителями та батьками потенційних абітурієнтів. Цей сегмент впливу є дуже важливим внаслідок того, що більшість абітурієнтів формують вибір майбутньої професії на основі думки рідних. Саме тому при розробці концепції формування контингенту абітурієнтів необхідно враховувати привабливість університету для батьків потенційних абітурієнтів, які є не прямими споживачами освітніх послуг, а також частіше всього, фінансують навчання.

До способів залучення цього сегменту можна віднести в першу чергу роботу із батьками старшокласників на батьківських зборах, реклама в транспорті, в засобах масової інформації, рекламні листівки, банери, виступи на великих міських та регіональних заходах та ін. При цьому маркетингові інструменти направлені на батьків, повинні розроблятися із урахуванням вікових та психологічних особливостей дорослої людини та її цінностей у фаховій підготовці.

Окрім батьків важливу роль у фаховому самовизначенні молодого покоління відіграють вчителі, тому взаємодія аграрних університетів безпосередньо із вчителями є дієвим інструментом впливу на потенційних абітурієнтів. Фахова робота вчителя спроможна розвинути в учнів інтерес та прагнення до продовження освіти за певними спеціальностями, оскільки педагог бачить в учнях здібності, та вміло спрямовувати діяльність в певну сферу. Окрім цього педагог безпосередньо працює із батьками потенційних абітурієнтів, і може як прямо, так й побічно впливати не лише на сферу майбутньої діяльності, але й ЗВО. Отже, профорієнтаційна робота вчителів на місцях є важливим елементом системи формування контингенту аграрних університетів.

Останнім рівнем моделі є абітурієнт, потенційний споживач освітніх послуг, який має широкі можливості вибору за умови високої якості підготовки та знань, а тому завданням університету є залучення до себе абітурієнта, запропонувавши йому якісні освітні послуги. Абітурієнт у цій системі перебуває під впливом прямих та побічних стимулів цих впливів, які реалізуються ЗВО через різні інструменти. Абітурієнт, як потенційний споживач на ринку освітніх послуг повинен обрати для себе найбільш привабливий навчальний заклад, а ЗВО як продавець повинен зацікавити його своїми конкурентними перевагами порівняно із іншими учасниками ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зуб Х. В., Жежнич П. І. Аналіз ефективності вступної кампанії закладів вищої освіти України та способів її підвищення шляхом впровадження інформаційних технологій. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2022. № 3. С. 52-59. URL: <https://visnyk.vntu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/2772/2588>. DOI: <https://doi.org/10.31649/1997-9266-2022-162-3-52-59>.
2. Каричковський В. Д. Аналіз відносних показників вступних кампаній у вищих аграрних навчальних закладах України. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і зазальноосвітній школах*. 2017. № 53 (106). С. 467-474.
3. Грищенко І. М., Гаркавенко С. С., Власюк Т. М. Результативність вступної кампанії як один з інструментів оцінювання ефективності діяльності ВНЗ. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*. 2016. № 6. С. 10-23.
4. Василенко О. І. Моніторинг діяльності аграрного закладу вищої освіти інструментами бізнес-аналітики. *Економіка та управління АПК*. 2020. № 2. С. 124-133. URL: https://econommeneg.btsau.edu.ua/sites/default/files/visnyky/economika/vasylenko_o.pdf. DOI: <https://doi.org/10.33245/2310-9262-2020-159-2-124-133>.

Висновки

Узагальнюючи вищезазначене, можна зробити висновок, що формування контингенту абітурієнтів аграрними університетами це комплексний процес, який складається із сукупності етапів та має своєю метою залучення якомога більшої кількості абітурієнтів із високим рівнем підготовки. Відбір цільового сегменту абітурієнтів повинен ґрунтуватися на прогнозі стану ринку освітніх послуг та потреб у фахівцях із вищою фаховою освітою на рівні регіону. З метою розробки достовірного прогнозу та відповідної концепції діяльності з відбору необхідно провести аналіз потенційних споживачів та їх ймовірного попиту на освітні послуги. Відповідно, успішна реалізація розробленої концепції залучення абітурієнтів може бути забезпечена на основі використання маркетингових інструментів та раціонального позиціонування аграрними університетами своїх послуг.

Окрім цього вітчизняна вища освіта потребує побудови профорієнтаційної роботи на основі централізованого та скоординованого підходу. Одним із підходів у цьому напрямі може бути створення мережі агрокласів та об'єднань школярів особливо на рівні сільських територій, який повинен бути одержати підтримку на національному та регіональному рівнях на основі запровадження спеціальних інструментів, що дозволить оперативно організувати освітній процес на рівні сільської школи.

5. Аксьонова І. В. Аналіз впливу демографічних факторів на сучасні умови функціонування закладів вищої освіти. *Економіка та суспільство*. 2018. №17. С. 461-469. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/2727/1/%D0%90%D0%BA%D1%81%D1%8C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>.
6. Статистично-аналітичні дослідження діяльності аграрних закладів освіти за 2019 рік (у таблицях, графіках, діаграмах). Київ. 2020. 48 с. URL: <https://nmc-vfpo.com/wp-content/uploads/2020/09/zbirnyk-2019.pdf>.
7. Гриньова М., Ханнанова О. Профорієнтація як шлях до успішного професійного самовизначення особистості. *Українська професійна освіта*. 2018. № 3. С. 34-43. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.2025813>.
8. Черушева Г. Б., Синяков А. В. Актуальні проблеми профорієнтаційної роботи закладів вищої освіти: соціально-економічний контекст. *Статистика України*. 2020. № 2-3. С. 107-116. DOI: [http://doi.org/10.31767/su.2-3\(89-90\)2020.02-03.12](http://doi.org/10.31767/su.2-3(89-90)2020.02-03.12).
9. Гаріна С. М., Тверезовська Н. Т. (2018). ON-LINE складова в профорієнтаційній роботі закладу вищої освіти. *Humanitarian Studios: Pedagogics, Psychology, Psilosophy*. Vol. 9. No 5. pp. 10-25. URL: https://www.researchgate.net/publication/335175669_ON-LINE_SKLADOVA_V_PROFORIENTACIJNIJ_ROBOTI_ZAKLADU_VISOI_OSVITI.
10. National Institute of Food and Agriculture. United States Department of Agriculture. An official website of the United States government. URL: <https://www.nifa.usda.gov/grants/programs/k-12-higher-education-programs/agriculture-classroom-aitc-program>.
11. Future Scientist. URL: <https://www.futurescientist.org>.
12. Agricultural Research Service. U.S. Department of Agriculture. URL: <https://www.ars.usda.gov>.
13. The Science House. NC State University. URL: <https://sciencehouse.ncsu.edu/studentprograms/agdiscovery>.
14. The Council. A national partnership for excellence in agriculture and educations. URL: <https://thecouncil.ffa.org/sae>.
15. Terms and conditions. Privacy Policy. URL: <https://4-h.org/about/what-is-4-h/4-h-pledge>.
16. National FFA Organization. URL: <https://www.ffa.org>.

REFERENCES

1. Zub, Kh. V., & Zhezhnych, P. I. (2022). Analiz efektyvnosti vstupnoi kampanii zakladiv vyshchoi osvity Ukrainy ta sposobiv yii pidvyshchennia shliakhom vprovadzhennia informatsiinykh tekhnolohii [Analysis of the effectiveness of the admission campaign of higher education institutions of Ukraine and ways to improve it through the introduction of information technologies]. *Visnyk Vinnytskoho politekhnichnoho instytutu* [Bulletin of the Vinnytsia Polytechnic Institute], 3, 52-59. Retrieved from: <https://visnyk.vntu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/2772/2588>. DOI: <https://doi.org/10.31649/1997-9266-2022-162-3-52-59>.
2. Karychkovskiy, V. D. (2017). Analiz vidnosnykh pokaznykiv vstupnykh kampanii u vyshchykh ahrarnykh navchalnykh zakladakh Ukrainy [Analysis of relative indicators of admission campaigns in higher agricultural educational institutions of Ukraine]. *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh* [Pedagogy of creative personality formation in higher and secondary schools], 53 (106), 467-474.
3. Hryshchenko, I. M., Harkavenko, S. S., and Vlasiuk, T. M. (2016). Rezultatyvnist vstupnoi kampanii yak odyin z instrumentiv otsiniuvannia efektyvnosti diialnosti VNZ [The effectiveness of the admissions campaign as one of the tools for evaluating the effectiveness of higher education institutions]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dizainu. Seriya Ekonomichni nauky* [Bulletin of the Kyiv National University of Technology and Design. Economic sciences series], 6, 10-23.
4. Vasylenko, O. I. (2020). Monitorynh diialnosti ahrarnoho zakladu vyshchoi osvity instrumentamy biznes-analytyky [Monitoring the activity of an agricultural institution of higher education with business analytics tools]. *Ekonomika ta upravlinnia APK* [Economy and management of agriculture], 2, 124-133. Retrieved from: https://econommeneg.btsau.edu.ua/sites/default/files/visnyky/economika/vasylenko_o.pdf. DOI: <https://doi.org/10.33245/2310-9262-2020-159-2-124-133>.
5. Aksonova, I. V. (2018). Analiz vplyvu demohrafichnykh faktoriv na suchasni umovy funktsionuvannia zakladiv vyshchoi osvity [Analysis of the influence of demographic factors on the modern operating conditions of higher education institutions]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society]. No 17. pp. 461 – 469. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/2727/1/%D0%90%D0%BA%D1%81%D1%8C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>.

6. Statystychno-analitychni doslidzhennia diialnosti ahrarnykh zakladiv osvity za 2019 rik (u tablytsiakh, hrafikakh, diahramakh) [Statistical and analytical studies of the activity of agricultural educational institutions for 2019 (in tables, graphs, diagrams)]. Kyiv. 2020. 48 p. URL: <https://nmc-vfpo.com/wp-content/uploads/2020/09/zbirnyk-2019.pdf>.
7. Hrynova, M., and Khannanova, O. (2018). Proforiientatsiia yak shliakh do uspishnoho profesiinoho samovyznachennia osobystosti [Vocational guidance as a way to successful professional self-determination of an individual]. *Ukrainska profesiina osvita* [Ukrainian professional education]. No 3. pp. 34-43. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.2025813>.
8. Cherusheva, H. B., Syniakov, A.V. (2020). Aktualni problemy proforiientatsiinoi roboty zakladiv vyshchoi osvity: sotsialno-ekonomichnyi kontekst [Actual problems of career guidance work of higher education institutions: socio-economic context]. *Statystyka Ukrainy* [Statistics of Ukraine]. No 2-3. pp. 107 - 116. DOI: [http://doi.org/10.31767/su.2-3\(89-90\)2020.02-03.12](http://doi.org/10.31767/su.2-3(89-90)2020.02-03.12).
9. Harina, S. M., Tverezovska, N. T. (2018). ON-LINE skladova v proforiientatsiinii roboti zakladu vyshchoi osvity [ON-LINE is a component of the career guidance work of a higher education institution]. *Humanitarian Studios: Pedagogics, Psychology, Psilosophy*. Vol. 9. No 5. pp. 10 - 25. https://www.researchgate.net/publication/335175669_ON-LINE_SKLADOVA_V_PROFORIENTACIJNIJ_ROBOTI_ZAKLADU_VISOI_OSVITI.
10. National Institute of Food and Agriculture. United States Department of Agriculture. An official website of the United States government. Retrieved from: <https://www.nifa.usda.gov/grants/programs/k-12-higher-education-programs/agriculture-classroom-aitc-program>.
11. Future Scientist. Retrieved from: <https://www.futurescientist.org>.
12. Agricultural Research Service. U.S. Department of Agriculture. Retrieved from: <https://www.ars.usda.gov>.
13. The Science House. NC State University. Retrieved from: <https://sciencehouse.ncsu.edu/studentprograms/agdiscovery>.
14. The Council. A national partnership for excellence in agriculture and educations. URL: <https://thecouncil.ffa.org/sae>.
15. Terms and conditions. Privacy Policy. Retrieved from: <https://4-h.org/about/what-is-4-h/4-h-pledge>.
16. National FFA Organization. Retrieved from: <https://www.ffa.org>.

Olga Varchenko, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine

Dmytro Krysanov, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine

Julia Hrynychuk, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Management, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine

Nadia Rybak, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Economic Theory, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine

COMPONENT POLICIES FOR THE FORMATION OF THE CONTINGENT OF APPLICANTS AS A TOOL FOR ENSURING THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL UNIVERSITIES

Abstract

Introduction. The article examines the theoretical principles and foreign practical approaches of vocational guidance work of institutions of higher education of an agrarian profile. The possibility of applying theoretical approaches and special tools of career guidance work in domestic agricultural universities was evaluated. A system of formation of the contingent of entrants by institutions of higher agricultural education is proposed.

Goal. The purpose of the article is to generalize the theoretical principles and practical approaches to the formation of a high-quality composition of the contingent of applicants by agricultural universities and to substantiate the components of career guidance policy in terms of increasing their competitiveness.

Method (methodology). The following scientific methods of cognition are used in the article: the method of system analysis, the abstract-logical method when summarizing foreign experience regarding vocational guidance support for secondary school students and when justifying the possibility of its use in domestic practice; the method of retrospective analysis, highlighting the tools of career guidance activities of agricultural universities, induction and deduction when justifying the policy of forming the contingent of applicants by agricultural higher education institutions; abstract-logical and monographic methods for theoretical generalization and formulation of conclusions.

The results. The foreign experience regarding purposeful career guidance support for students in choosing an agricultural profile is summarized and the expediency of its use in domestic practice is substantiated. The system of formation of the contingent of applicants by institutions of higher agrarian education is summarized, the algorithm of policy formation of agricultural universities with regard to potential applicants is proposed, and the components of the career guidance policy in terms of increasing their competitiveness are substantiated. The target groups of career guidance influence of institutions of higher agricultural education are characterized. It was determined that the successful implementation of the developed concept of attracting applicants can be ensured on the basis of the use of marketing tools and rational positioning of agricultural universities of their services. The introduction of special career guidance tools for the organization of the educational process at the village school level is proposed and substantiated.

Keywords: potential applicants; agricultural universities; applicant quality; competitiveness; partnership relations.

Cite as: Varchenko, O., Krysanov, D., Hrynychuk, J., and Rybak, N. (2023). Component policies for the formation of the contingent of applicants as a tool for ensuring the competitiveness of agricultural universities. *Economic analysis*, 33 (1), 18-28. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.01.018>