

УДК 338

## Суть та чинники впливу на конкурентоспроможність вищих навчальних закладів

**Безтелесна Л.І.**

доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри трудових ресурсів і підприємництва  
Національного університету водного господарства  
та природокористування

**Либак І.А.**

викладач кафедри економічної кібернетики  
Рівненського державного гуманітарного університету

У статті запропоноване авторське тлумачення сутності конкурентоспроможності вищого навчального закладу на основі узагальнення та доповнення наявних трактувань. Виділено дві групи чинників, що впливають на конкурентоспроможність вищого навчального закладу, а саме керовані та некеровані. Розглянуто якість освітніх послуг як один із важливих чинників, що впливає на конкурентоспроможність вищих навчальних закладів.

**Ключові слова:** вищий навчальний заклад, ринок освітніх послуг, ринок праці, конкурентоспроможність, якість освітніх послуг.

Beztelesna L.I., Lybak I.A. СУТЬ И ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

В статье предложено авторское толкование сущности конкурентоспособности высшего учебного заведения на основе обобщения и дополнения существующих трактовок. Выделены две группы факторов, влияющих на конкурентоспособность высшего учебного заведения, а именно управляемые и неуправляемые. Рассмотрено качество образовательных услуг как один из важных факторов, который влияет на конкурентоспособность высших учебных заведений.

**Ключевые слова:** высшее учебное заведение, рынок образовательных услуг, рынок труда, конкурентоспособность, качество образовательных услуг.

Beztelesna L.I., Lybak I.A. ESSENCE AND FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

In the article the author's interpretation of the essence of competitiveness of higher education, based on the synthesis and complement existing treatments. Identified two groups of factors that affect the competitiveness of the university, such as managed and unmanaged. We consider the quality of educational services as one of the most important factors affecting the competitiveness of higher education.

**Keywords:** higher education institutions, education market, labor market, competitiveness, quality of education.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Упродовж останніх років у системі вищої освіти України відбулися істотні зміни, а саме введення єдиного незалежного тестування вплинуло на самостійність вибору абітурієнтами вищого навчального закладу (ВНЗ) та спеціальності як на вітчизняному ринку освітніх послуг, так і отримання освіти в закордонних навчальних закладах. ВНЗ зазнали істотних змін не лише у зовнішньому середовищі, а й зобов'язалися внести зміни у внутрішні процеси заради функціонування в умовах ринкової конкуренції. Отже, з огляду на всі зміни в сучасних умовах, діяльність ВНЗ має бути конкурентоспроможною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження діяльності навчальних закладів і забезпечення їхньої конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг стало тематикою робіт таких вітчизняних та зарубіжних учених, як: Е. Безгласная [1], К. Воробйова [2], О. Гаращук [3], К. Кравченко [4], І. Лошенко [5], Д. Майсаков [6], Н. Пащенко [7], Л. Прус [8], Н. Різник [9], І. Романова [10], В. Сафонова [11] та ін. Однак у сучасному конкурентному середовищі, яке постійно змінюється, даний напрям потребує подальшого дослідження та нових розробок.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета даної роботи – визначити суть поняття «конкурентоспроможність

ВНЗ» та виявити основні чинники, які впливають на конкурентоспроможність навчального закладу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вищий навчальний заклад – окремий вид установи, яка є юридичною особою приватного або публічного права, діє згідно з виданою ліцензією на провадження освітньої діяльності на певних рівнях вищої освіти, проводить наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечує організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їхніх покликань, інтересів і здібностей [13]. Конкурентоспроможність вищого навчального закладу реалізується на ринку освітніх послуг та праці.

Поняття «ринку освітніх послуг» представляє собою суспільний інститут, який зводить разом навчальні заклади і споживачів для надання та отримання освітніх послуг [1].

Із цих позицій освітні послуги є предметом укладення своєрідної «угоди» між навчальними закладами, з одного боку, і окремими особами, організаціями або підприємствами, а також державою – з іншого. Потрібно зазначити, що виробництво освітніх послуг має свою специфіку: особи, що отримують вищу освіту, є об'єктами впливу, які трансформують свій світогляд, навички, знання, здібності. В економічному трактуванні це інвестиції в людський капітал. Окрім указаних суб'єктів, на ринку освітніх послуг

також функціонують посередники (служби зайнятості, біржі праці, органи ліцензування та акредитації освітніх закладів та ін.). Вони допомагають просуватися освітнім послугам на ринку.

Специфіка ринку освітніх послуг головним чином зумовлена [8]:

- особливістю освітніх послуг порівняно з іншими видами послуг;
- наявністю зв'язку між ринком праці і ринком освітніх послуг;
- поєднанням методів державного та ринкового регулювання.

Розглядаючи особливість освітніх послуг, можна вказати на таке:

- освітні послуги є нематеріальними та невідчутними до моменту їх отримання;
- вони нероздільно пов'язані з конкретними особами, які надають дані послуги, отже, будь-яка заміна особи (викладача) може змінити результат;
- їхня якість залежить не лише від виробника, але й від споживача, тобто рівня засвоєння (повноти) отриманих послуг.

Стосовно другої особливості, то вищий навчальний заклад на ринку освітніх послуг розглядається як товаровиробник, що формує потенційних працівників із вищою освітою для роботодавців на ринку праці (рис. 1).

Випускники пропонують себе як фахівців підприємствам, які оцінюють їхню кваліфікацію у формі стартових зарплат та інших умов (надання житла тощо) [3].

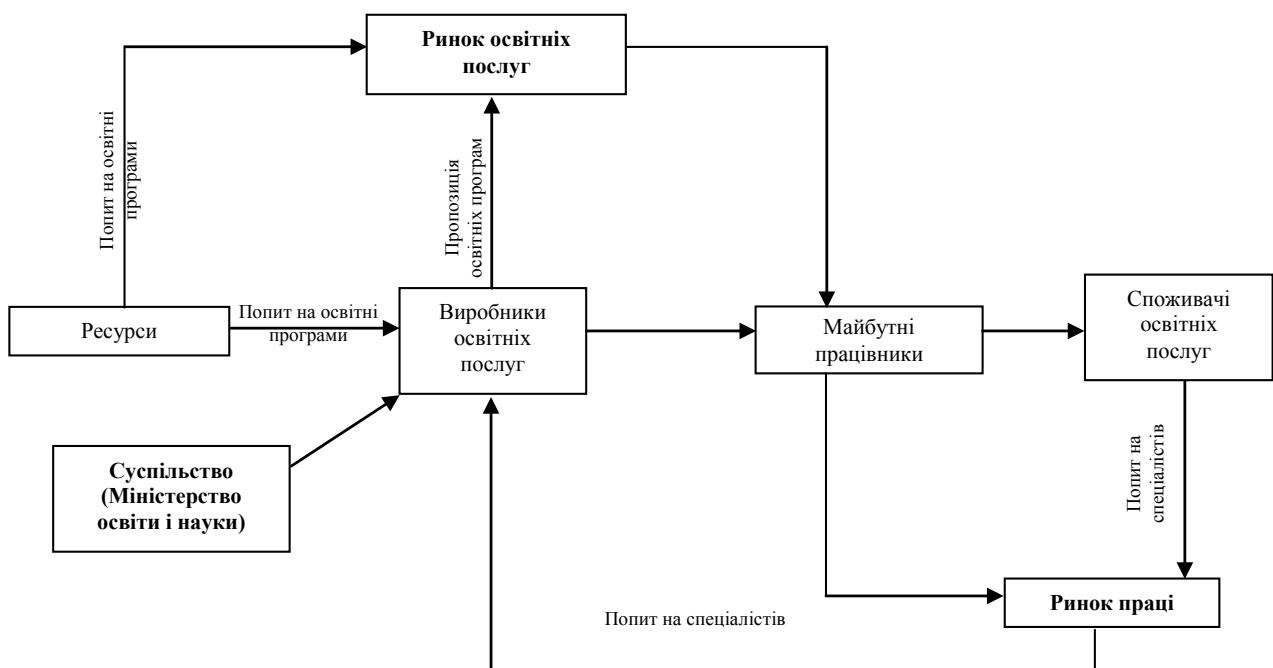


Рис. 1. Взаємозв'язок між ринком освітніх послуг та ринком праці

Саме тут, на ринку праці, відбувається свого роду угода між навчальним закладом як виробником і підприємством як споживачем. Унаслідок цього навчальний заклад не отримує прямих матеріальних вигод, але розраховує отримати вигоду у вигляді піднесення престижу навчального закладу та певної спеціальності, збільшення абітурієнтів, тобто підвищення свого конкурентного становища серед інших навчальних закладів. Саме в такий спосіб ринок освітніх послуг тісно пов'язується з ринком праці.

Як видно зі схеми, попит і пропозиція на ринку освітніх послуг залежить від попиту на майбутніх працівників на ринку праці. Сьогодні однією з основних проблем залишається дисбаланс між ринком освітніх послуг та ринком праці, який виявляється у перевищенні попиту на окремі спеціальності і відсутності його на інші. У результаті з'являються незатребувані фахівці, які не можуть влаштуватися на роботу і змушені працювати не за спеціальністю.

Не останню роль тут відіграє система державного регулювання ринку освітніх послуг, зокрема у формі державного замовлення на підготовку фахівців, яка також не завжди є виправданою, оскільки дисбаланс між попитом і пропозицією робочої сили закладається вже на рівні підготовки фахівців у навчальних закладах. Проблема зайнятості майбутніх випускників повинна враховуватися вже під час обґрунтування і формування державного замовлення на підготовку фахівців, а також під час визначення ліцензійних обсягів їхньої підготовки [11]. Оскільки ситуація на ринку праці за час підготовки фахівця змінюється, то одним зі шляхів попередження такої проблеми є прогнозування навчальними закладами та державою попиту на ринку праці як мінімум на п'ять-шість років. На жаль, нині прогнозуванням попиту ринку праці вони не займаються.

Також державне регулювання ринку освітніх послуг відбувається шляхом прийняття Міністерством освіти і науки України нових законів про вищу освіту. Зокрема, із введенням єдиного незалежного тестування абітурієнти мають більшу можливість вибору кількох навчальних закладів відповідно до своїх знань і вподобань. Абітурієнт передусім обирає спеціальність, а вже потім – навчальний заклад, де буде навчатися обраній спеціальності. У результаті, з одного боку, на ринку освітніх послуг конкуренція між навчальними закладами підвищується, від чого стражда-

ють менш конкурентоспроможні навчальні заклади. З іншого боку, можливість вступу відповідно до своїх вподобань сприяє більш якісному навчанню студентів, що, своєю чергою, підвищує рівень знань майбутнього працівника та його конкурентоспроможність як фахівця на ринку праці, а також конкурентоспроможність відповідного навчального закладу на ринку освітніх послуг.

Підсумовуючи все вищесказане, можна стверджувати, що перед навчальним закладом неминуче постає проблема його конкурентоспроможності.

Аналіз літератури показав, що однозначного трактування поняття «конкурентоспроможність вищого навчального закладу» немає.

Н.І. Пащенко під конкурентоспроможністю ВНЗ розуміє його наявні та потенційні можливості надання відповідного рівня освітніх послуг, що задовольняють потреби суспільства під час підготовки висококваліфікованих спеціалістів, а також потреби в розробленні, створенні та реалізації науково-методичної та науково-технічної продукції як сьогодні, так і в майбутньому [1].

Л. Прус визначає конкурентоспроможність ВНЗ як здатність найбільшою мірою з погляду ціни, якості та асортименту задовольняти наявні та формувати майбутні потреби споживачів на конкретному ринку освітніх послуг у певний проміжок часу, забезпечуючи при цьому суспільну спрямованість і власний стійкий розвиток за рахунок конкурентних переваг [8].

І.Б. Романова стверджує, що конкурентоспроможність ВНЗ – це характеристика вищого навчального закладу, що визначає долю релевантного ринку освітніх послуг, яка належить даному вишу і можливість протистояти перерозподілу цього ринку на користь інших суб'єктів [10].

К.В. Кравченко доводить, що конкурентоспроможність ВНЗ – здатність пристосовуватися до потреб замовників, постійно розвиваючись у розробленій стратегії та місії, враховуючи тенденції конкретного сегмента освітнього ринку, спираючись на ефективне використання наявних ресурсів та довгострокову співпрацю з партнерами [4].

Аналіз трактувань показав, що поняття «конкурентоспроможність вищого навчального закладу» ототожнюють або з ефективністю, або з результативністю, або з якістю, крім того, суттєвим недоліком, на нашу думку, є те, що конкурентоспроможність ВНЗ роз-

Таблиця 1

**Чинники, що впливають на конкурентоспроможність ВНЗ**

|                |                   | <b>Конкурентоспроможність ВНЗ</b>   |  |
|----------------|-------------------|-------------------------------------|--|
|                |                   |                                     |  |
| <b>ЧИННИКИ</b> | <b>Керовані</b>   | Якість освітніх послуг              |  |
|                |                   | Працевлаштування випускників        |  |
|                |                   | Цінова політика                     |  |
|                |                   | Імідж навчального закладу           |  |
|                |                   | Склад спеціальностей, спеціалізації |  |
|                |                   | Умови навчання та проживання        |  |
|                |                   | Інфраструктура                      |  |
|                |                   | Вступна кампанія                    |  |
|                |                   | Наукова діяльність                  |  |
|                | <b>Некеровані</b> | Соціально-демографічні              |  |
|                |                   | Економічні                          |  |
|                |                   | Політично-правові                   |  |
|                |                   | Розвиток ринку освітніх послуг      |  |
|                |                   | Розвиток ринку праці                |  |
|                | Технологічні      |                                     |  |
|                | Міжнародні        |                                     |  |
|                | Культурні         |                                     |  |

глядається лише на ринку освітніх послуг. Оскільки ВНЗ працюють також на ринку праці, під час визначення сутності конкурентоспроможності ВНЗ потрібно враховувати взаємозв'язок ВНЗ із ринком праці та освітніх послуг. Окрім того, надання освітніх послуг вищими навчальними закладами утворює соціальний ефект, а саме особи з вищою освітою краще розв'язують ринкові проблеми, обізнані з новітніми технологіями і т. д.

Отже, нами пропонується таке визначення поняття «конкурентоспроможність ВНЗ»: це здатність задовольнити потреби споживачів, при цьому забезпечити суспільну користь та свій ефективний розвиток, використовуючи конкурентні переваги та вміння швидко адаптації до змін на ринку освітніх послуг та праці.

Для забезпечення своєї конкурентоспроможності ВНЗ повинен мати переваги перед своїми конкурентами. Для створення нових, удосконалення та розвитку наявних конкурентних переваг ВНЗ спочатку потрібно визначити основні чинники, які впливають на його конкурентоспроможність.

За способом впливу на конкурентоспроможність навчальних закладів було виділено дві групи чинників: керовані і некеровані (табл. 1).

Некеровані чинники відображають сукупність умов, на які навчальний заклад вплинути не може і до яких змушений адаптуватися, а керовані – чинники, за допомогою яких освітня установа сама формує свою конкурентоспроможність в умовах ринку освітніх послуг та ринку праці.

Серед чинників, що заслуговують на особливу увагу, слід назвати «якість освітніх послуг», зокрема мова йде про відповідність вимогам міжнародного ринку. Одним зі свідчень якості може виступити те, що жоден з українських університетів не увійшов до рейтингового списку п'ятиста університетів світу, хоча цей аргумент багато науковців вважають недостатньо вагомим, а рейтинги – суб'єктивними.

Зазначимо, що якість освітніх послуг – це один із важливих чинників (рис. 2), що впливає на конкурентоспроможність навчального закладу в цілому, водночас і на інші чинники, зокрема склад спеціальностей, імідж і рівень акредитації навчального закладу. Підвищуючи якість освітніх послуг, навчальний заклад може суттєво підвищити свою конкурентоспроможність не тільки на ринку освітніх послуг України, але й на міжнародному ринку.

Розглядаючи поняття якості освіти, потрібно особливо звернути увагу на освітні

програми, з якими навчальний заклад виходить на ринок.

Освітня (освітньо-професійна чи освітньо-наукова) програма – система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти [13]. Освітні програми розробляються для задоволення потреби споживача в освіті, професійній підготовці і перепідготовці [5].

Основними складниками освітньої програми є її зміст, організація й управління навчальним процесом, навчально-методичне та кадрове забезпечення. Для підвищення конкурентоспроможності освітні програми повинні максимально відповідати вимогам ринку і водночас бути унікальними. Обов'язковим кроком для підвищення якості надання освітніх послуг є впровадження сучасного навчально-методичного забезпечення (наприклад, використання спеціалізованої електронної бібліотеки), а також новітніх технологій і передових методичних прийомів у процесі оцінки знань та вмінь студентів. Вирі-

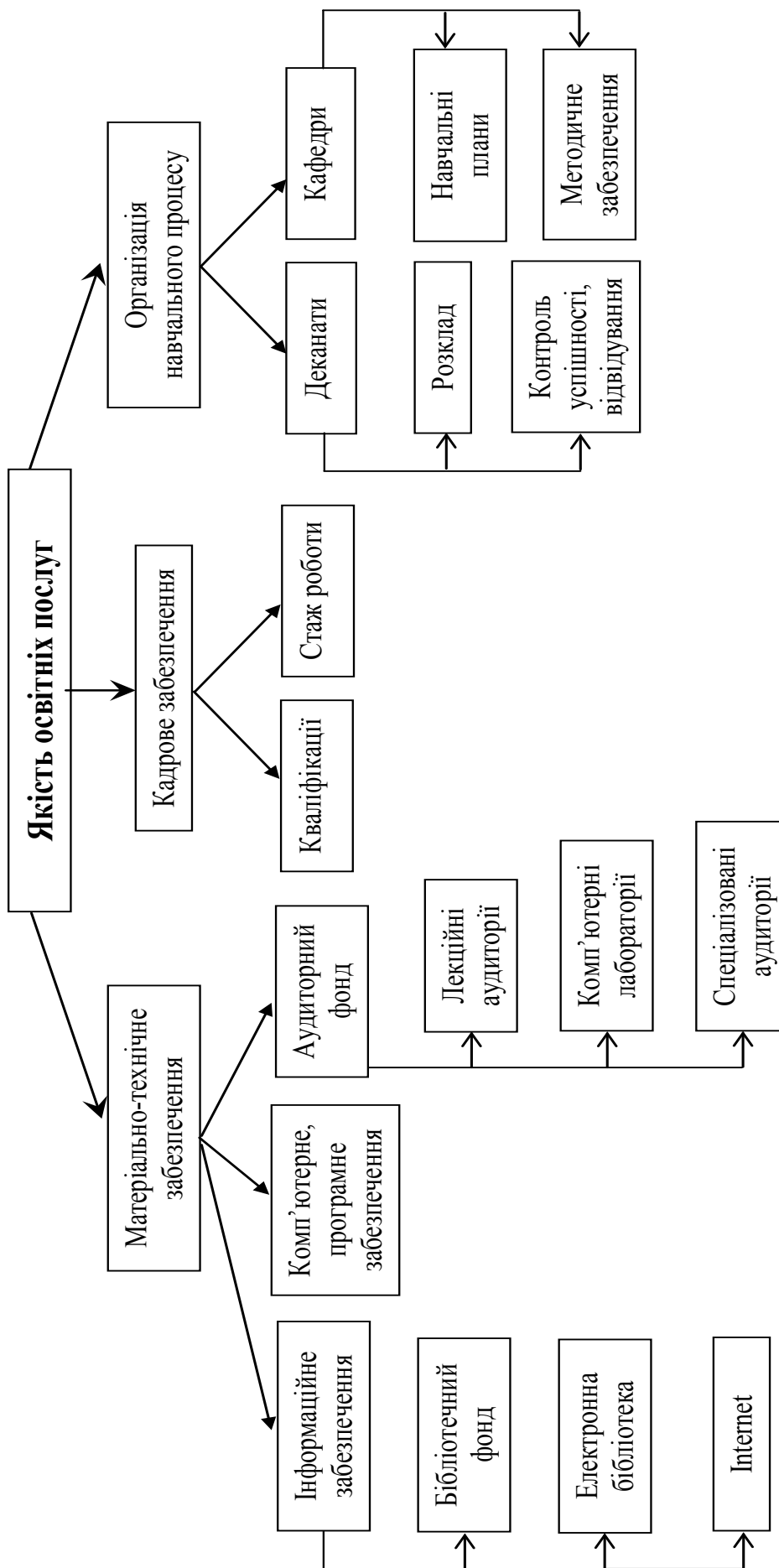


Рис. 2. Складники якості освітніх послуг

шенню цієї проблеми може допомогти державне фінансування як освіти у цілому, так і навчального закладу зокрема.

У разі забезпечення високої якості надання освітніх послуг формується випускник ВНЗ, який є конкурентоспроможним на ринку праці серед інших фахівців. Саме такі майбутні працівники формують позитивний імідж ВНЗ, в якому навчалися, перед роботодавцями, які є основними споживачами освітніх послуг. Виходячи з даних міркувань, імідж ВНЗ є важливим чинником, який впливає на конкурентоспроможність ВНЗ загалом і безпосередньо пов'язаний з якістю надання освітніх послуг.

Говорячи про конкурентоспроможність фахівця на ринку праці, потрібно обов'язково брати до уваги такий чинник, як працевлаштування випускників, а саме потрібно звернути увагу на показник, який характеризує рівень зайнятості випускників. Для оцінки рівня надання освітніх послуг, а також оцінюючи конкурентоспроможність ВНЗ потрібно визначити показники, які показують співвідношення між працевлаштованими та всіма випущеними студентами; між працевлаштованими за спеціальністю та усіма працевлаштованими випускниками; а також показник, що характеризує середній термін працевлаштування випускників [5].

ВНЗ для підвищення працевлаштування своїх випускників повинні досліджувати потреби на ринку праці, налагоджувати контакти з майбутніми роботодавцями, укладати угоди про проходження практики з можливим подальшим працевлаштуванням студента на даному підприємстві.

Ще одним з інструментів забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ є його цінова політика. У тих ВНЗ, які навчають велику кількість студентів за державним замовленням, визначення плати за навчання не базується на визначенні собівартості навчання студента за різними спеціальностями і формами, а встановлюється на основі середніх ринкових цін по регіону [5]. Але потрібно пам'ятати, що у разі зменшення цін на освітні послуги попит також може зменшитися, адже за низької ціни на послугу може виникати підозра про її якість.

До керованих чинників, що впливають на конкурентоспроможність ВНЗ, належить склад спеціальностей, за якими готують фахівців у ВНЗ. Для забезпечення своєї конкурентоспроможності спеціальності повинні користуватися попитом на ринку праці. Але беручи до уваги попит на спеціальності, потрібно враховувати регіональні особли-

вості ринку праці, адже в різних регіонах даний попит може відрізнятись. Крім того, існують спеціальності, попит на які низький, але він є постійним. Це спеціальності, які не залежать від змін ринку праці. Щоб відповісти сучасним умовам ринку праці, ВНЗ повинен слідувати за постійними змінами та відкривати нові прогресивні спеціальності. А для цього незмінною вимогою є забезпечення високої якості надання освітніх послуг. Тобто склад спеціальностей у ВНЗ також залежить певною мірою від якості надання освітніх послуг.

Окрім освітньої діяльності, ВНЗ повинні обов'язково займатися науковою роботою, що забезпечує розвиток його наукового потенціалу, підвищення кваліфікацій викладачів, що, своєю чергою, підвищує якість надання освітніх послуг. Ефективно займаючись науковою діяльністю, ВНЗ не лише забезпечує собі достатній рівень конкурентоспроможності, але й підвищує його.

На забезпечення та підвищення конкурентоспроможності ВНЗ також впливає такий чинник, як вступна кампанія. Основною помилкою ВНЗ під час побудови своєї вступної кампанії є те, що вони проводяться в кінці навчального року, коли вже практично всі майбутні студенти визначилися з місцем вступу. Будувати свою вступну кампанію ВНЗ потрібно так, щоб інформація до абітурієнтів поступала протягом усього навчального року. Потрібно розробляти та проводити певні заохочувальні конкурси, олімпіади, екскурсії по ВНЗ, щоб майбутні студенти знайомилися з організацією навчального процесу та проживанням не після зарахування, а до вступу у ВНЗ. Допоможе проведення презентацій нових спеціальностей, організація заходів подвійного характеру (ювілеїв закладу, днів випускників, наукових конференцій, спортивних змагань і т. п.). Потрібно розробити представницькі поліграфічні матеріали (проспекти, плакати). Дуже ефективним може виявитися рекламна брошура (чи проспект), яка містить інформацію про ВНЗ, факультети та спеціальності. Під час вступної кампанії велику роль за остаточного вибору майбутнім абітурієнтом ВНЗ та спеціальності відіграють день відчинених дверей та робота приймальної комісії. Персонал, який залучений до роботи в приймальній комісії, повинен випромінювати довіру та доброзичливість, бути поінформованим про всі факультети та спеціальності закладу, його досягнення та переваги перед конкурентами. Керівництво повинно дуже ретельно організо-

увати роботу приймальної комісії, обирати комуникабельних працівників із приємною зовнішністю, проводити з ними інформативні семінари. У разі грамотної побудови та проведення вступної кампанії ВНЗ зможе підвищити свій рівень конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Окрім того, що ВНЗ забезпечує організацію навчального процесу, до його функцій належить забезпечення комфортності та належного рівня навчання в ньому, а також проживання у гуртожитках студентів. Наявність студентського містечка, а також високий рівень його організації є одним із керованих чинників, що в сукупності з іншими чинниками впливає на конкурентоспроможність ВНЗ.

**Висновки з цього дослідження.** У сучасних ринкових умовах діяльність вищих

навчальних закладів повинна бути конкурентоспроможною. Під час визначення сутності конкурентоспроможності ВНЗ потрібно враховувати взаємозв'язок вищих навчальних закладів із ринком освітніх послуг та праці, а також їх соціальний ефект. За способом впливу на конкурентоспроможність ВНЗ було виділено керовані та некеровані чинники. Особливу увагу потрібно звернути на якість освітніх послуг, оскільки цей чинник впливає не лише на конкурентоспроможність ВНЗ у цілому, але й водночас і на інші чинники, зокрема на імідж та склад спеціальностей. Підвищуючи якість освітніх послуг, вищий навчальний заклад може суттєво підвищити свою конкурентоспроможність не тільки на ринку освітніх послуг і праці України, але й на міжнародному ринку.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Безгласная Е.А. Проблемы обеспечения конкурентоспособности вузов и стратегии их деятельности в условиях региональной конкуренции / Е.А. Безгласная // Некоторые аспекты социодинамики сферы образования в современном российском обществе – М. : Московский общественный научный фонд, 2000. – С. 20–26.
2. Воробйова К.О. Визначення ефективних методів підвищення конкурентоспроможності вищого навчального закладу / К.О. Воробйова // Академічний огляд. – 2016. – № 1. – С. 95–100 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao\\_2016\\_1\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao_2016_1_12).
3. Гаращук О.В. Детермінанти ринку освітніх послуг / О.В. Гаращук // Вісник Тернопільського державного економічного університету. Вип. II. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – С. 8–11.
4. Кравченко К.В. Управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу / К.В. Кравченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/NN15/11kkvvnz.pdf>.
5. Лошенко І., Іванченко А. Інструменти формування конкурентоспроможності ВНЗ / І. Лошенко, А. Іванченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/ktn-loshenyuk-ir-ivanchenko-a-instrumenti-formuvannya-konkurentospromozhnosti-vnz/>.
6. Майсаков Д.Л. Управление предпринимательской деятельностью государственного вуза : автореф. дис. ... канд. эконом. наук : спец. 08.00.05 – эконом. и управ. народным хоз. (эконом. предпринимательства) / Д.Л. Майсаков. – Тюмень, 2002. – 20 с.
7. Пащенко Н.И. Конкурентоспособность вузов и стратегия их деятельности в условиях региональной конкуренции : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.04 / Н.И. Пащенко. – Уфа, 1999. – 191 с.
8. Прус Л. Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів / Л. Прус // Вісник Тернопільського держ. екон. ун-ту. – 2006. – № 2. – С. 114–123.
9. Різник Н.М. Підходи до оцінювання конкурентоспроможності ВНЗ / Н.М. Різник, О.М. Бачинська // Економіка і регіон. – 2013. – № 4. – С. 64–69 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig\\_2013\\_4\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2013_4_13).
10. Романова И.Б. Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения / И.Б. Романова. – Ульяновск : Средневож. науч. центр, 2005 – 137 с.
11. Сафонова В.Є. Удосконалення фінансово-економічного механізму функціонування закладів вищої освіти в Україні / В.Є. Сафонова // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 2. – С. 102–109.
12. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page>.