

## РОЗРАХУНОК ЗАГАЛЬНОЇ РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ ВНЗ ПРИ ВИЗНАЧЕННІ ЙОГО РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В. М. Салогубова

Вищі навчальні заклади функціонують у середовищі, яке являє собою, з одного боку, ринок освітніх послуг, а з другого – ринок праці. Важливим для практики є розробка методичного підходу до визначення рівня конкурентоспроможності вищого навчального закладу на ринку, що має слугувати підставою для подальшого вдосконалення освітньої діяльності ВНЗ, реалізації його маркетингової стратегії та оперативного корегування пріоритетних напрямів функціонування для отримання конкурентних переваг. Критеріями конкурентоспроможності ВНЗ є: привабливість ринку освітніх послуг регіону [1], узагальнений рейтинг ВНЗ, а також сприйняття його випускників ринком праці.

В умовах зростання конкурентної боротьби між вишами рівень конкурентоспроможності ВНЗ має визначатися не тільки на підставі зазначених чинників, а й з урахуванням потреб споживачів освітніх послуг.

У методиці визначення рейтингів університетів України [2] наведено систему оцінювання рейтингів університетів України, методи якісного аналізу та експертного оцінювання їхньої діяльності. Для визначення якісної і кількісної характеристики діяльності університету використано індекс рейтингової оцінки університету, який є синтетичним і визначається такою групою критеріїв: репутація університету на ринку праці, оцінка університету студентами, якість контингенту студентів першого курсу, якість викладацького складу, участь університету в міжнародній співпраці та рівень забезпечення університету. Усі індикатори, що вимірюються в різних одиницях і мають різні інтерпретації, приводяться до нормованої форми, а кожен з критеріїв обчислюється як середнє арифметичне від індикаторів, що впливають на них, а індекс рейтин-

гової оцінки університету визначають як суму цих критеріїв. Проте зазначена методика розрахунку рейтингової оцінки університету є неповною та недостатньо коректною, оскільки вона не враховує вагомість як індикаторів, так і критеріїв.

Більш точним є методичний підхід, коли визначається узагальнений рейтинг ВНЗ на підставі загальної рейтингової оцінки, сформованої як сума оцінок діяльності вищого навчального закладу в країні, галузевій групі та регіоні з певними коефіцієнтами вагомості показників [3]. Але розрахунок загальної рейтингової оцінки ВНЗ потребує модифікації з використанням таких показників, які задовольняють потреби споживачів освітніх послуг, що є найбільш доцільним з погляду маркетингу.

Метою статті є розробка методичного підходу до розрахунку загальної рейтингової оцінки ВНЗ з урахуванням запропонованої ієрархічної структури показників, складених з погляду задоволення потреб споживачів, при визначенні його рівня конкурентоспроможності.

Кожний ВНЗ розташований у певному регіоні, належить до конкретної галузевої групи, а також входить до переліку всіх вищих навчальних закладів України. До галузевих груп належать такі вищі навчальні заклади: класичні; технічні; технологічні, будівництва та транспорту; педагогічні, гуманітарні, фізичного виховання і спорту; культури, мистецтва, живопису, скульптури та дизайну; охорони здоров'я; аграрні; права, економіки, управління, підприємництва і торгівлі; приватні [3]. Підґрунтям для визначення рівня конкурентоспроможності ВНЗ слугує схема їхніх взаємозв'язків у ринковому середовищі (рис. 1).

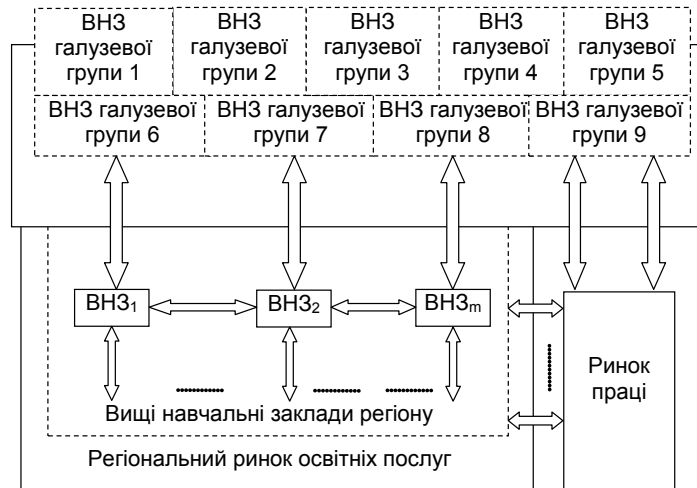


Рис. 1. Схема взаємозв'язків вищих навчальних закладів у зовнішньому маркетинговому середовищі

З рис. 1 видно, що діяльність вищих навчальних закладів визначається не тільки рівнем їхнього функціонування як окремого суб'єкта, а й ступенем взаємного впливу, з одного боку, привабливості регіонального ринку освітніх послуг та, з іншого боку, ринку праці. Зазначена синергійна взаємодія вищого на-

вчального закладу з ринковим середовищем визначає рівень його конкурентоспроможності на ринку.

Алгоритм, який демонструє послідовність етапів у процесі визначення рівня конкурентоспроможності вищого навчального закладу на ринку, наведено на рис. 2.

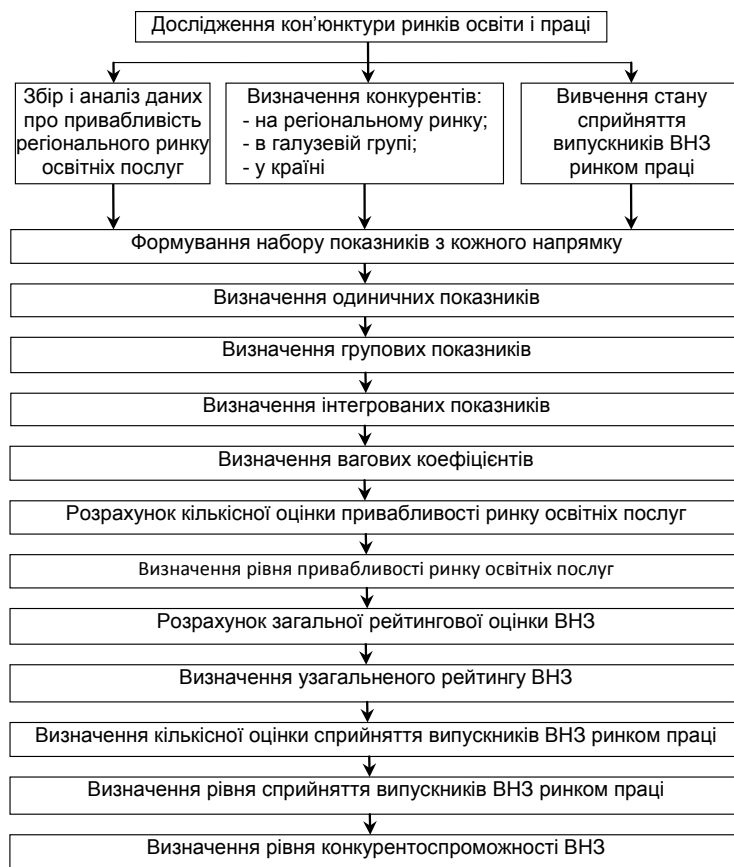


Рис. 2. Алгоритм оцінки рівня конкурентоспроможності ВНЗ на ринку

Найбільш відповідальним етапом запропонованого алгоритму є формування набору показників з кожного напрямку, визначення одиничних, групових, інтегрованих і узагальнених показників з ваговими коефіцієнтами. Показниками, що визначають привабливість регіонального ринку освітніх послуг, є індекси: вікової структури населення, концентрації населення, фінансового доступу до освітніх послуг, пріоритетності витрат на освіту, економічної активності ринку, монополізму на ринку освітніх послуг, попиту на освітні послуги. До показників, на підставі яких формується загальна рейтингова оцінка вищого навчального закладу, віднесено окремі оцінки діяльності ВНЗ на регіональному рівні, в галузевій групі та в країні. Сприйняття випускників ринком праці оцінюється показником направлення їх на роботу після закінчення університету.

Особливістю методичного підходу та відповідного алгоритму оцінювання рівня конкурентоспроможності вищого навчального закладу є те, що на підставі обчислених кількісних рейтингових оцінок визначаються у якісному вимірі узагальнений рейтинг ВНЗ, рівень привабливості ринку освітніх послуг, рівень сприйняття випускників ринком праці та відповідний їм рівень конкурентоспроможності вищого навчального закладу.

Слід підкреслити, що структура показників, які найбільш точно визначають загальну рейтингову оцінку, а відповідно і конкурентоспроможність ВНЗ, має ієрархічний характер. У результаті експертного опитування, аналізу маркетингових досліджень, а також з використанням даних, наведених у [4], розроблено структуру узагальненого, інтегрованих, групових і одиничних показників і відповідних їм вагових коефіцієнтів з погляду задоволення потреб споживачів, представлену в табл.

Таблиця

**Показники і відповідні вагові коефіцієнти для розрахунку загальної рейтингової оцінки ВНЗ**

Узагальнений показник	Інтегровані показники		Групові показники		Одиничні показники				
	найменування	вагомість	найменування	вагомість	найменування	оцінка	вагомість		
Загальна рейтингова оцінка ВНЗ	1. Оцінка ВНЗ в регіоні	0,5	1.1. Доступність ВНЗ	0,10	1.1.1. Кількість поданих заяв на денну форму навчання за програмами початкового циклу	$K_{r1}$	0,6		
					1.1.2. Кількість поданих заяв на заочну форму навчання за програмами початкового циклу	$K_{r2}$	0,4		
					1.2. Репутація ВНЗ	0,20	1.2.1. Чисельність іноземних громадян, які навчаються	$K_{r3}$	0,20
							1.2.2. Кількість нагород, отриманих ВНЗ на міжнародних виставках	$K_{r4}$	0,20
			1.2.3. Чисельність штатних академіків і членів-кореспондентів НАН і державних галузевих академій наук України серед науковців і викладачів	0,4	1.2.4. Присутність ВНЗ на ринку освітніх послуг	$K_{r6}$	0,2		
								1.3. Різноманіття освітніх послуг	0,10
			1.3.2. Кількість найменувань акредитованих напрямів підготовки бакалаврів	$K_{r8}$	0,4				

Продовж. табл.

Узагальнений показник	Інтегровані показники		Групові показники		Одиничні показники		
	найменування	вагомість	найменування	вагомість	найменування	оцінка	вагомість
			1.4. Соціальна підтримка	0,05	1.4.1. Кількість місць у санаторіях-профілакторіях і спортивно-оздоровчих таборах	$K_{r9}$	0,3
					1.4.2. Чисельність студентів, які проживають у гуртожитках, відносно всіх потребуючих	$K_{r10}$	0,4
					1.4.3. Загальна корисна площа критичних спортивних споруд, придатних для навчальної та тренувальної роботи на одного студента денної форми навчання	$K_{r11}$	0,3
			1.5. Компетенція персоналу	0,35	1.5.1. Кількість докторів наук, професорів відносно загальної кількості викладачів	$K_{r12}$	0,52
					1.5.2. Кількість кандидатів наук, доцентів відносно загальної кількості викладачів	$K_{r13}$	0,15
					1.5.3. Захищені докторські дисертації на 100 викладачів	$K_{r14}$	0,25
					1.5.4. Захищені кандидатські дисертації на 100 викладачів	$K_{r15}$	0,08
			1.6. Зовнішні комунікації	0,05	1.6.1. Кількість студентів-призерів міжнародних олімпіад, конкурсів на 100 студентів	$K_{r16}$	0,40
					1.6.2. Кількість нагород на державних та галузевих виставках, на яких репрезентовано здобутки ВНЗ	$K_{r17}$	0,40
					1.6.3. Чисельність членів НМК, експертних рад ДАК	$K_{r18}$	0,20
			1.7. Матеріальні свідчення надання освітніх послуг	0,15	1.7.1. Балансова вартість основних засобів ВНЗ на кінець року, грн	$K_{r19}$	0,30
					1.7.2. Видатки на утримання студентів, грн	$K_{r20}$	0,30
					1.7.3. Загальний книжковий фонд	$K_{r21}$	0,20
					1.7.4. Кількість комп'ютерних робочих місць на 100 студентів	$K_{r22}$	0,20
	2. Оцінка ВНЗ у галузевій групі	0,2					
	3. Оцінка ВНЗ в країні	0,3					

Із рис. 2 видно, що до групових показників діяльності вищих навчальних закладів віднесено: доступність ВНЗ, репутація ВНЗ, різноманіття освітніх послуг, соціальна підтримка, компетенція персоналу, зовнішні комунікації та матеріальні свідчення освітніх послуг. Інтегрованими показниками є оцінки ВНЗ: на регіональному ринку, в галузевій групі, в країні.

Загальна рейтингова оцінка вищого навчального закладу обчислюється за 100-бальною шкалою згідно з виразом:

$$\begin{aligned}
 P_{\text{ВНЗ}} &= 0,5P_r + 0,2P_g + 0,3P_k = \\
 &= 0,5[0,1(0,6K_{r1} + 0,4K_{r2}) + 0,2(0,2K_{r3} + \\
 &+ 0,2K_{r4} + 0,4K_{r5} + 0,2K_{r6}) + 0,1(0,6K_{r7} +
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
& + 0,4K_{r8}) + 0,005(0,3K_{r9} + 0,4K_{r10} + \\
& + 0,3K_{r11}) + 0,35(0,52K_{r12} + 0,15K_{r13} + \\
& + 0,25K_{r14} + 0,08K_{r15}) + 0,05(0,4K_{r16} + \\
& + 0,4K_{r17} + 0,2K_{r18}) + 0,15(0,3K_{r19} + 0,3K_{r20} + \\
& + 0,2K_{r21} + 0,2K_{r22})] + 0,2P_g + 0,3P_k,
\end{aligned}$$

де  $P_r$  – оцінка на регіональному ринку;

$P_g$  – оцінка в галузевій групі;

$P_k$  – оцінка в країні;

числові коефіцієнти – вагомість відповідного показника.

Обчислений відповідно до (1) загальній рейтинговій оцінці ВНЗ відповідає його певний узагальнений рейтинг, який використовується при визначенні рівня конкурентоспроможності.

Наведений методичний підхід дозволяє розраховувати загальну рейтингову оцінку вищого навчального закладу як складову визначення його рівня конкурентоспроможності з урахуванням запропонованої системи показників діяльності, що зорієнтовані на задоволення потреб споживачів освітніх послуг.

Подальші дослідження у даному напрямку полягають у розробці методики розрахунку за-

гальної рейтингової оцінки ВНЗ на підставі декількох рейтингів, що забезпечить отримання більш повного та об'єктивного уявлення про позиції вищого навчального закладу у маркетинговому та конкурентному середовищі.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Салогубова В. М. Особливості оцінки привабливості регіонального ринку освітніх послуг для різних форм навчання / В. М. Салогубова // Молодь і ринок. – 2007. – № 7 (30). – С. 69–72.
2. Методика визначення рейтингів університетів України / Каф. ЮНЕСКО «Вища технічна освіта, прикладний системний аналіз та інформатика» при Нац. тех. ун-ті України «КПІ» МОН України та Ін-ті приклад. систем. аналізу НАН України і МОН України. – К. : НТУУ «КПІ», 2006. – 46 с.
3. Салогубова В. Комплексне оцінювання конкурентоспроможності ВНЗ в маркетинговому середовищі регіону / В. Салогубова // Економіст. – 2007. – № 8. – С. – 34–37.
4. Рейтинги вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації за результатами діяльності у 2006 році (державні, приватні). – К. : 2007. – 24 с.