

МАТЮХ С. А.

к. е. н., доцент
Хмельницький національний університет

**ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИЩИХ
НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У СТРУКТУРІ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ
ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

У статті визначено фактори, що впливають на попит та пропозицію кон'юнктури ринку вищих навчальних закладів. Визначено проблеми бюджетного фінансування та погіршення стану матеріально-технічного забезпечення навчального процесу. Досліджені основні фактори конкурентних переваг вищих навчальних закладів. Запропоновані складові елементи кон'юнктури ринку освітніх послуг, що дозволять освітньому закладу провести аналіз ринку.

Ключові слова: вищі навчальні заклади, фактори, конкурентоспроможність, кон'юнктура ринку, освітні послуги.

МАТЮХ С. А.

к. э. н., доцент
Хмельницкий национальный университет

**ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗОВ
В СТРУКТУРЕ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

В статье определены факторы, влияющие на спрос и предложение рынка высших учебных заведений. Определены проблемы бюджетного финансирования и ухудшения состояния материально-технического обеспечения учебного процесса. Исследованы основные факторы конкурентных преимуществ ВУЗов. Предложенные составляющие элементы рынка образовательных услуг, которые позволят образовательному учреждению провести анализ рынка.

Ключевые слова: высшие учебные заведения, факторы, конкурентоспособность, конъюнктура рынка, образовательные услуги.

МАТЮКН С. А.

candidate of economical sciences, associate professor
Khmelnytsky National University

**FACTORS OF COMPETITIVENESS FORMATION OF HIGHER EDUCATIONAL
INSTITUTIONS IN THE STRUCTURE OF MARKET CONJUNCTURE
OF EDUCATIONAL SERVICES**

In the article defines factors that affect the supply and demand of market conjuncture in higher education institutions. Defined the problems of budget funding and material and technical maintenance of educational process. Investigated the basic factors of competitive advantages in higher education institutions. Proposed constituent elements of market conjuncture of educational services, that will allow to analyze the market for educational institutions. The competitive environment in the sphere of higher education has a direct dependence on the regional development of the market of educational services, labour market and general economic development of the region.

Keywords: higher education institutions, factors, competitiveness, market conjuncture, educational services.

matuh@meta.ua

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Вища школа являється визначальним фактором соціального, духовного та економічного прогресу суспільства. Вона виконує соціальне замовлення держави і реалізує задоволення потреб громадян щодо забезпечення розвитку та самореалізації особистості в сучасному глобальному середовищі. Ефективна ринкова стратегія університету, яка б забезпечила йому реальні конкурентні переваги і довгострокові перспективи виживання і зростання, може бути розроблена лише на основі ідеології

маркетингу і реалізована на основі маркетингової комунікації на ринку освітніх послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентні переваги розглядаються вченими, виходячи зі встановленої класифікації. Класики виділяють природні, набуті, абсолютні та порівняльні конкурентні переваги. Р. Фатхутдінов [1] визначив внутрішні і зовнішні, М. Портер [2] розглядає стратегічні, тактичні, переваги вищого та нижчого порядку.

Більшість теоретичних, методичних та практичних питань конкуренції і конкурентоспроможності вищих навчальних закладів залишаються невирішеними, не у повному обсязі враховуються особливості, пов'язані з розвитком ринку освітніх послуг та ВНЗ України. В Україні вагомий внесок у розробку вищезазначеної проблематики внесли І.М. Грищенко [3], В.І. Луговий [4], М.Ф. Степко [5]. Більш поглибленого дослідження потребують фактори і показники, які визначають конкурентні переваги вищих навчальних закладів, а також методів оцінки їх конкурентоспроможності.

Постановка завдання. Метою статті є визначення факторів формування конкурентоспроможності вищих навчальних закладів у структурі кон'юнктури ринку освітніх послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи особливості ринку освітніх послуг, важливим питанням для вищих навчальних закладів є аналіз факторів, які впливають на кон'юнктуру, а також на її структурні елементи – конкуренцію, попит та пропозицію. Оскільки вищий навчальний заклад функціонує в ринковому середовищі, у зв'язку з цим на нього впливають фактори різних рівнів.

Головним складовим елементом кон'юнктури ринку освітніх послуг є попит. Враховуючи вплив факторів маркетингового середовища, попит на освітні послуги буде визначатись суспільно-економічним та індивідуальним характером. Попит окремого вищого навчального закладу знаходиться під впливом великої кількості факторів, які були згруповані наступним чином:

- 1) соціальна привабливість (престижність професії, розвиток соціально-культурної та матеріально-технічної бази);
- 2) доступність за фінансовою компонентою (форма власності вищого навчального закладу, доходи сім'ї, ціна освітньої послуги);
- 3) якість отриманих освітніх послуг (використання у вищому навчальному закладі новітніх технологій, наявність висококваліфікованих викладачів);
- 4) попит на випускників на ринку праці (затребуваність спеціалістів певного напрямку підготовки чи спеціальності, конкурентоспроможність випускників на ринку праці, відповідність отриманих знань вимогам роботодавців);
- 5) відомість і престижність ВНЗ (позитивний імідж, зв'язки з громадськістю, розмір вищого навчального закладу).

Досліджуючи фактори макросередовища, які впливають на попит освітньої послуги вищих навчальних закладів, можна виділити наступні: рівень витрат ВВП на освіту; доходи населення; демографічна ситуація в країні; важливість і престижність професії для суспільства.

Враховуючи передовий досвід зарубіжних країн можна зазначити, що інвестиції в освіту є найбільш надійними та перспективними. За різними оцінками американських експертів, 1 долар витрат в системі освіти дозволяє отримати від 3 до 6 доларів прибутку. Але, не дивлячись на це, керівництво нашої держави протягом усіх років незалежності нехтує цим загальновідомим фактом. Починаючи з перших років незалежності обсяги бюджетного фінансування скоротилися майже втричі, що призвело до стрімкого погіршення стану матеріально-технічного забезпечення навчального процесу, а це, в свою чергу, спонукало вищі навчальні заклади шукати альтернативні джерела фінансування. Дана проблема спровокувала ряд проблем: випускники вищих навчальних закладів за своїми знаннями відстають від випускників минулих років; міграція викладацького складу в більш високооплачувані сфери діяльності і «відтік мізків» за кордон; погіршення суспільної,

виховної та культурної ролі освіти.

Демографічна ситуація в країні являється ще одним макроекономічним фактором, який впливає на попит на освітні послуги. Вплив цього фактору відображають такі характеристики: чисельність населення; темпи зростання населення; середня чисельність сім'ї. Вони є досить стійкими і в найбільшій мірі впливають на попит на освітні послуги.

Наступним макроекономічним чинником, який впливає на попит освітніх послуг вищих навчальних закладів, є важливість та престижність професії для суспільства. В останнє десятиріччя в Україні відбувається формування певних відносин з державами світу, які призвели до виникнення нових спеціальностей, підвищення попиту на вивчення іноземних мов тощо. Сьогодні попит на освітні послуги підпорядковується законам ринкових відносин. Попит на випускників визначається потребою в спеціалістах тої чи іншої спеціальності, яка залежить від стану економіки та її окремих галузей. Для оцінки цього попиту потрібно проаналізувати такі його характеристики: відповідність рівня кваліфікації випускника вимогам роботодавців; насиченість ринку праці працівниками даної спеціальності; система економічного стимулювання роботодавців та ін.

Проблема працевлаштування випускників навчальних закладів перетворилася на одну із найболочіших соціальних проблем у останні роки. Вона полягає не тільки у відсутності робочих місць, а також у невідповідності рівня кваліфікації сучасним вимогам роботодавців, які бажають одразу отримати висококваліфікованого спеціаліста, який би працював за невисоку зарплату. З іншого боку, випускники прагнуть отримати високу заробітну плату володіючи практичним навичками за отриманою спеціальністю на досить низькому рівні. В результаті незбалансування цих інтересів з'являється проблема безробіття серед молоді.

З іншого боку, проблеми існують і в самій системі вищої школи, оскільки існує невідповідність пропонованих вищими навчальними закладами спеціальностей та напрямів підготовки потребам ринку праці. На ринок праці виходить недостатньо професійно навчена молодь, яка в більшій мірі володіє теоретичними знаннями, тому більшість роботодавців орієнтуються на кадри, що володіють суміжними професіями чи спеціальностями, які спроможні до динамічної професійної мобільності. Ці проблеми є не тільки в Україні, тому саме в Болонській угоді, яку підписала і Україна, наголошено на необхідності сприяння працевлаштуванню випускників вищих навчальних закладів та необхідності взаємозв'язку ринку праці та ринку освітніх послуг.

Останнім часом стали помітними і зміни в професійній структурі підготовки випускників, зокрема зменшилась частка підготовки за спеціальностями для промисловості та сільського господарства. Велика питома вага належить професіям юриста, менеджера, економіста. Тому з цих спеціальностей відбувається перенасичення ринку праці, що призводить до відсутності робочих місць [6, с. 85]. З іншого боку, потрібно врахувати той факт, що ринок праці нестабільний, зазнає кон'юнктурних коливань, а вищий навчальний заклад не завжди вчасно реагує на такі зміни.

Ще одним структурним елементом кон'юнктури ринку освітніх послуг є пропозиція. На макрорівні на неї впливають такі чинники: економічний розвиток в країні та регіоні; державна політика в галузі освіти; рівень конкуренції.

Розвиток країни значною мірою залежить від якості, чисельності, складу, рівня знань спеціалістів. Підготовка висококваліфікованих спеціалістів, рівень яких відповідав би потребам економіки, залежить від орієнтирів економіки, за допомогою яких можна прогнозувати потребу у спеціалістах певного напрямку та спеціальності. Тому, для функціонування ефективної системи освіти, пропозиція на ринку освітніх послуг повинна формуватися виходячи із програми економічного розвитку держави в цілому та регіонів зокрема. Саме така програма повинна визначити основні пріоритети розвитку як держави, так і регіонів, і відповідно до цього потрібно визначити потребу в спеціалістах того чи іншого напрямку.

Не менш важливим чинником, який впливає на пропозицію, є конкуренція. Варто відзначити, що конкуренція характеризується показниками «загальна кількість вищих

навчальних закладів на ринку освітніх послуг», «види і розміри конкурентів», «характер та інтенсивність конкуренції». Аналізувати конкуренцію потрібно постійно, щоб ці результати можна було оперативнo використовувати для коректування діяльності окремо взятого вищого навчального закладу.

Ми пропонуємо серед загальноприйнятих класифікацій конкурентних переваг розглянути ті, які спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та збільшення попиту на послуги вищої освіти. Дослідження факторів конкурентних переваг, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності, дозволить визначити основні напрями стратегічних рішень та можливість формування комплексу конкурентних переваг щодо підвищення конкурентоспроможності ВНЗ серед основних конкурентів. Окрім того дослідження факторів конкурентних переваг, спрямованих на підвищення попиту освітніх послуг, надасть можливість ВНЗ забезпечити максимальною кількістю студентів. Враховуючи тенденції державного управління у сфері освітніх послуг щодо оптимізації кількості вищих навчальних закладів, ми можемо зауважити, що на ринку освітніх послуг залишаться функціонувати ВНЗ із найбільшим контингентом студентів. Таким чином, ми пропонуємо, у першу чергу, дослідити фактори конкурентних переваг, спрямовані на підвищення попиту.

Ми вважаємо, що до основних факторів конкурентних переваг вищих навчальних закладів, можна віднести наступні: вартість навчання; імідж вищого навчального закладу; можливість працевлаштування з отриманням високої заробітної плати; форма власності; заохочення студентів; історія та традиції; статус, символіка, оформлення; наявність знаменитостей, які закінчили або навчаються у даному закладі вищої освіти; якість навчання; можливість самореалізації; місце розташування. В ролі цінних факторів розглядалася вартість навчання та інші витрати, пов'язані з навчанням у визначеному ВНЗ. У результаті дослідження було виявлено, що 75 % абітурієнтів визначають вартість як основний фактор впливу на вибір ВНЗ. Враховуючи те, що у більшості випадків оплата за навчання здійснюється батьками студентів і саме вони у 96 % визначили ціну як основний фактор, що впливає на прийняття рішення щодо обрання ВНЗ; фактор ціноутворення зайняв найвищу позицію у ранжуванні визначених факторів конкурентних переваг [7, с. 800].

Розглянувши основні та додаткові фактори конкурентних переваг, ми можемо зазначити, що діяльність, спрямована на формування і розвиток конкурентних переваг у сфері надання освітніх послуг, має сенс в основному на регіональному рівні. Основний процес конкурентної боротьби розвивається серед існуючих вищих навчальних закладів у регіоні. Особливу увагу слід приділити ВНЗ, які готують фахівців за аналогічними спеціальностями. Інші заклади, хоча і не мають можливості прямої конкуренції, впливають на конкурентну ситуацію шляхом прийому на навчання студентів даного регіону, тим самим зменшуючи кількість абітурієнтів на регіональному рівні.

Кількість жителів та дітонароджуваність – показник, який допомагає прогнозувати зміни у кількості споживачів освітніх послуг. За його допомогою можна приймати рішення щодо діяльності, спрямованої на активне залучення абітурієнтів інших регіонів, або більш активно проводити агітацію у межах свого регіону. Контингент учнів і студентів також допомагає визначатися зі стратегіями, орієнтованими на забезпечення ВНЗ споживачами освітніх послуг.

Середній рівень заробітних плат у регіоні відображає можливість фінансування отримання освітніх послуг жителями даного регіону. Має значний вплив на ціноутворення та привабливість визначеного закладу вищої освіти.

Рівень економічного розвитку регіону має значний вплив на привабливість для абітурієнтів інших регіонів. Також він визначає можливий рівень витрат, пов'язаних з отриманням вищої освіти окрім вартості навчання.

Стан ринку праці також має значення для визначення абітурієнтами привабливості ВНЗ. Перелік спеціальностей, за якими проводиться підготовка у ВНЗ та перелік спеціальностей, які мають значний попит на ринку праці не лише визначеного регіону, але й у державі взагалі мають безпосередньо пряму залежність з кількістю бажаючих отримати

дану спеціальність. Даний фактор має як регіональний, так і загальнодержавний характер, особливо у випадках, коли перелік спеціальностей, за якими проводиться підготовка фахівців у визначеному навчальному закладі, має “ексклюзивний” характер, тобто отримання вищої освіти за даною спеціальністю можливо лише у 1–2 ВНЗ держави. Розглядаючи можливі конкурентні переваги, ми дійшли висновку щодо необхідності їх кількісної оцінки, ще дозволить оцінити переваги, які може отримати вищий навчальний заклад.

Висновки. Таким чином, визначення впливу конкурентних факторів на основні складові елементи кон’юнктури ринку освітніх послуг дозволить освітньому закладу провести аналіз ринку, і використовуючи дану систему показників та характеристик визначити місце освітнього закладу на ринку освітніх послуг, а також розробляти різні сценарії розвитку цього ринку, і, відповідно до цього, здійснювати стратегію розвитку освітнього закладу у відношенні напрямків підготовки, окремих спеціальностей та більш ефективно формувати свою цінову політику.

Досліджуючи показники діяльності вищих навчальних закладів України, ми дійшли висновку, що конкурентне середовище у сфері вищої освіти має безпосередню залежність від регіонального розвитку ринку освітніх послуг, ринку праці та загального економічного розвитку регіону в цілому, що визначило подальший напрям дослідження.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; [пер. с англ.]. – М. : Ростинтер, 1996.
 2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса : экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИКЦ “Маркетинг”, 2002. – 892 с.
 3. Грищенко І.М. Економічні умови забезпечення якості освітніх послуг у системі вищої освіти : [монографія] / І.М. Грищенко. – К. : Педагогічна думка, 2012. – 87 с.
 4. Луговий Ю.М. Фінансово-економічне забезпечення дослідницько-інноваційної діяльності вітчизняної та світової освіти: порівняльний аналіз / В.І. Луговий, Ж.В. Таланова // Вісник КНУТД. – 2012. – № 4. – С. 9–17.
 5. Степко М.Ф. Економічні умови забезпечення якості освітніх послуг у системі вищої освіти : [монографія] / М.Ф. Степко ; за ред. І.М. Грищенко. – К. : Педагогічна думка, 2012. – С. 317–341.
 6. Семенюк С.Б. Оцінка кон’юнктури ринку освітніх послуг та шляхи її оптимізації / С.Б. Семенюк // Галицький економічний вісник. – 2007. – № 3(14). – С. 84–86.
 7. Іванов Ю.В. Ефективність спеціальності як база для оцінки конкурентоспроможності вищого навчального закладу / Ю.В. Іванов // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. – Вип. 240. – Т. 3. – С. 799–805.
-