

- предпринимательству [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.sro.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=238&Itemid=168. – Названіе с екрана.
4. Сироватка С. Специфіка року. Чечетов ставить на національного інвестора / С. Сироватка // Контракти. – 2004. – № 20. – 17 трав.
 5. Ткач А. А. Інституціональна економіка. Нова інституціональна економічна теорія : навч. посіб. / А. А. Ткач. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007. – 304 с.
 6. Офіційний інтернет-ресурс Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/index>. – Назва з титулу екрана.
 7. Офіційний інтернет-ресурс Doingbusiness [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org>. – Назва з титулу екрана.
 8. Hofstede G. Cultures and Organizations / G. Hofstede. – Cambridge : Cambridge University Press, 1991. – 251 p.
 9. Hiks J. What is private property? / J. Hiks // Oxford Journal of Legal Studies. – 1985. – V. 5, № 3. – P. 315.

УДК 378.112:005.336.1(477)

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРАХУНКУ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

І. П. Чайка, кандидат економічних наук

На сучасному етапі розвитку економічних відносин в Україні ми спостерігаємо реформи, що змінюють усі сфери суспільного життя, спонукають шукати нові способи врегулювання взаємовідносин, підвищення ефективності управління різноманітними видами діяльності. Під впливом ринкових трансформацій традиційні соціальні інститути потребують переосмислення їх діяльності. Інститут вищої освіти країни не є винятком. З огляду на зазначене вище можна стверджувати, що ринкові відносини накладають певний відбиток на сталі структури управління ВНЗ, що вимагає від останніх створити адекватні їм системні зв'язки. На нашу думку, для вирішення цього питання необхідно дослідити ефективність функціонування ВНЗ в економічному просторі, що, в свою чергу, вимагає вдосконалення методологічних підходів до вибору інструментарію розрахунку ефективності функціонування ВНЗ.

Аналіз публікацій останніх років показав, що посилилась увага до системи вищої освіти України. Так, питання реформування сфе-

ри знань досліджували багато вітчизняних учених, а саме: Л. Балабанова, І. Брітченко, А. Войчак, І. Ілляшенко, Ю. Корнєв, М. Матвійів, І. Решетнікова і багато інших. Також існує багато праць з питань дослідження ефективності функціонування підприємств та організацій. Однак зазначені дослідження повністю не вирішують питання ефективності функціонування ВНЗ.

Метою статті є вдосконалення методологічних підходів до вибору інструментарію розрахунку ефективності функціонування ВНЗ.

Параметрами оцінки ефективності функціонування ВНЗ мають слугувати показники, які відображають організаційні, економічні, інституціональні та інші аспекти функціонування ВНЗ як елемента системи освіти України і національної економіки. Тому вважаємо, що, крім використання загальноприйнятих методів оцінки ефективності діяльності організацій та підприємств, необхідно оцінювати внутрішню і зовнішню ефективність функціонування ВНЗ за такими параметрами:

1. Внутрішню ефективність:

- за видами послуг (ефективність кожного виду послуг, що пропонує ВНЗ: навчання студентів за освітньо-кваліфікаційними програмами підготовки; робота аспірантури і докторантури; тренінги для суб'єктів підприємницької діяльності; підготовка випускників загальноосвітніх закладів до Загального незалежного оцінювання та ін.);

- за блоками управління (ефективність управління персоналом; ефективність маркетингу; ефективність управління якістю освітніх послуг та ін.);

- за окремими бізнес-процесами (ефективність функціонування наукових шкіл; ефективність функціонування наукових гуртків; ефективність проведення наукових і науково-практичних конференцій; ефективність проведення конкурсів наукових робіт студентів і аспірантів; ефективність проведення науково-дослідних робіт; ефективність зворотного зв'язку зі студентами, їх батьками, колишніми випускниками ВНЗ; ефективність роботи інтернет-сайта ВНЗ та ін.).

2. Зовнішню ефективність:

- рівень освіченості населення в Україні та його структура;

- частка освітніх послуг ВНЗ у загальному обсязі вироблених у країні освітніх послуг;

- вартість освітніх послуг;

- кількість і мережа вищих навчальних закладів;

- ступінь охоплення населення вищою освітою;

- кадровий потенціал освіти;

- рівень оплати праці в освіті та ін.

Зазначені показники необхідно розглядати на різних рівнях: мікрорівні, рівні регіону, макрорівні. Кожен із параметрів внутрішньої і зовнішньої ефективності функціонування ВНЗ має важливе значення у розвитку суспільства в цілому і відповідає за ступінь прояву позитивних ефектів від його життєдіяльності.

Оцінка системної ефективності функціонування ВНЗ повинна враховувати всі обставини і умови зв'язків між елементами даної системи та бути вираженою системою соціально-економічних показників. Така оцінка має базуватися на використанні різноманітних статистичних і економіко-математичних мето-

дів, в основі яких може бути: рейтингове оцінювання, аналіз темпів приросту показників, аналіз співвідношення темпів приросту показників, факторний аналіз та ін. Розробка системи соціально-економічних показників дасть змогу всебічно й адекватно оцінити ефективність функціонування ВНЗ.

У загальному вигляді принципова схема визначення показника ефективності може бути виражена формулою (1) [1, с. 246]:

$$e = E/Z, \quad (1)$$

де e – показник економічної ефективності;

E – величина ефекту (економічного, соціального, духовного);

Z – витрати ресурсів (коштів, засобів виробництва, предметів праці, трудових факторів, часу та ін.) на забезпечення зазначеного економічного ефекту.

Розглянемо методичні підходи до вибору інструментарію розрахунку ефективності функціонування ВНЗ. Показники ефективності функціонування організацій розглядаються для обґрунтування управлінських рішень, тому для вибору оптимальних методів розрахунку ефективності перш за все необхідно провести аналіз рішень, що приймаються. Найбільш значущими моментами, які необхідно враховувати при виборі методів розрахунку ефективності, науковці вважають такі [1, с. 247]:

- характер цільової настанови прийнятих рішень;

- базу порівняння отриманих оцінок ефективності;

- необхідний ступінь деталізації розрахунків;

- місце розглянутого господарського заходу в життєвому циклі продукту;

- місце розглянутих ефектів і витрат стосовно сфери інтересів економічних суб'єктів, що беруть участь у реалізації заходу.

Проаналізуємо запропоновані особливості з урахуванням специфіки оцінки системної ефективності функціонування ВНЗ.

По-перше, характер цільової настанови впливає на вибір критерію оптимізації варіантів, що обираються, і таким чином обумовлює

вибір розрахунку ефективності. Використання системи соціально-економічних показників передбачає послідовне виконання певних стадій оцінки системної ефективності функціонування ВНЗ. Однією зі стадій комплексного опису функціонування ВНЗ (організаційних, економічних, інституціональних та інших аспектів його функціонування) має бути встановлення цільових значень соціально-економічних показників. Тільки після встановлення цільового значення показника можна вважати елемент системи описаним. Система соціально-економічних показників комплексно характеризує системну ефективність функціонування ВНЗ і є найбільш конкретною формою вираження стратегії його розвитку. Від того, які саме цільові значення показників будуть встановлені, залежить напрямок стратегічного розвитку ВНЗ. Вважаємо, що ігнорування встановлення цільових значень соціально-економічних показників може призводити до їх необ'єктивної оцінки й ускладнення прийняття ефективних управлінських рішень.

Необхідно зазначити, що переважна більшість ВНЗ України є підприємствами, для яких отримання прибутку не є метою, і вони отримують фінансування для виконання суспільно необхідних функцій. Такий стан речей існує тому, що функціонування ВНЗ як елемента економічної системи у значній мірі впливає на результативність функціонування соціальної і духовної сфер суспільства (розвиток соціальних умов життя людини, її інтелектуальний і духовний розвиток та ін.). Спираючись на зазначене, можемо говорити про необхідність оптимізації співвідношення витрат і результатів при прийнятті управлінських рішень. Розглянуту ситуацію можна виразити таким алгоритмом (2) [1, с. 248]:

$$E_i / Z_i \rightarrow \max, \quad (2)$$

де i – номер можливого варіанта ухвалених рішень.

Доцільність такої оптимізації пояснюється тим, що варіанти, між якими необхідно обирати, ухвалюючи рішення, значно різняться параметрами як своїх результатних (E), так і

витратних (Z) характеристик. Тобто у даному випадку в процесі обґрунтування рішення критерієм його ухвалення є не величина економічного ефекту ($E \rightarrow \max$), як при цільовій орієнтації інвестиційного характеру, і не величина витрат ($Z \rightarrow \min$), як при цільовій орієнтації ресурсного характеру, а використовується величина економічної ефективності ($E / Z \rightarrow \max$).

По-друге, невід'ємним елементом теорії ефективності є формування бази порівняння показників ефективності, тобто шаблону, з яким можна зіставити отримані при аналізі функціонування конкретного підприємства показники. Науковці вважають, що при формуванні подібної бази можливо використовувати такі показники [1, с. 251]:

- значення кращих із проаналізованих варіантів ухвалення рішень;
- значення кращих вітчизняних і/або зарубіжних варіантів;
- значення існуючого стану;
- значення умовного нормативу, затвердженого в масштабах національної економіки, галузі, регіону або підприємства стандартного показника економічної ефективності. Вибір нормативів порівняння залежить насамперед від конкретних завдань, що стоять перед ВНЗ, його цілей розвитку, стану мікро- і макросередовища та ін.

Прийом порівняння в основах комплексного порівняльного аналізу дозволяє проаналізувати одне явище, зіставивши його з іншим. Таке порівняння, як видно з переліченого вище, може проводитись як у межах самого підприємства, так і поза ним. Всередині підприємства порівнюються показники кращих підрозділів, працівників. У випадку дослідження ефективності функціонування ВНЗ важливого значення набуває економічний аналіз його показників, порівнявши їх із показниками кращих національних ВНЗ, що працюють в однакових напрямках, а також з показниками закордонних ВНЗ. При дослідженні досвіду функціонування закордонних ВНЗ обов'язковим є врахування соціально-економічних відмінностей країн.

По-третє, ступінь деталізації розрахунків ефективності функціонування ВНЗ буде залежати від рівня впливу ефекту, що очікується. Так, якщо розглядається ефективність функціонування ВНЗ на макрорівні (для суб'єктів ринкових відносин міста, області, держави), розрахунки можна проводити на базі усереднених оцінок, тобто за допомогою укрупненого (приблизного) розрахунку показників. Якщо ж розглядається ефективність на макрорівні (на рівні підприємства для його працівників, випускників, ВНЗ як організації),

необхідно проводити детальніші розрахунки з урахуванням їх відповідності управлінським завданням (рис. 1).

По-четверте, необхідно враховувати місце розглянутого господарського заходу в життєвому циклі продукту. Загальновідомим є те, що виробництво будь-якої продукції, в тому числі й послуг, має свій життєвий цикл, що поділяється на певні стадії. Що стосується виробництва освітніх послуг, у загальному вигляді можемо виділити такі основні стадії цього процесу (рис. 2).



Рис. 1. Деталізація розрахунків економічної ефективності функціонування ВНЗ (розробка автора)

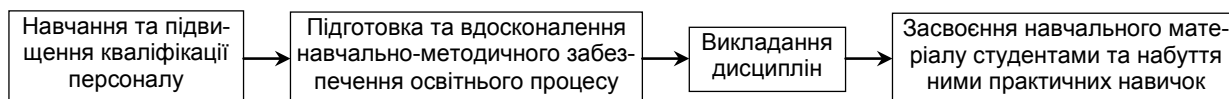


Рис. 2. Стадії життєвого циклу виробництва освітніх послуг (розробка автора)

Господарський захід, спрямований на підвищення ефективності функціонування ВНЗ, може бути здійснений на будь-якій стадії розглянутого процесу та мати цілий комплекс ефектів (економічних, соціальних, духовних). Зазначені ефекти найчастіше отримуються не тільки на тій стадії, де було здійснено захід, але й поширюються на інші етапи життєвого циклу виробництва освітніх послуг – як на наступні, так і на ті, що їй передують. З одного боку, це зумовлено тією обставиною, що для ВНЗ як виробника освітніх послуг життєвий цикл їхнього виробництва є замкнутим процесом. Часто саме випускники ВНЗ стають надалі їх виробниками. З іншого, тільки частина отриманих ефектів може бути сприйнята

економічним суб'єктом, що здійснив той чи інший господарський захід. У просторі реалізації ефектів вигоду або збитки (наприклад, від застосування випускниками ВНЗ отриманих знань і навичок у подальшій трудовій діяльності) можуть або змушені сприймати інші господарські суб'єкти та держава в цілому.

По-п'яте, при виборі методів розрахунку ефективності важливим є врахування місця розглянутих ефектів і витрат стосовно сфери інтересів ВНЗ. В умовах ринкової економіки поняття ефективності функціонування будь-якого економічного суб'єкта має подвійну сутність. З одного боку, він має свої власні, відособлені від інших економічних суб'єктів

інтереси, з іншого – при здійсненні власної господарської діяльності має бути відповідальним як за позитивні, так і за негативні результати такої діяльності, що є необхідною умовою ефективного функціонування економіки в цілому. Дана обставина вимагає переведення максимально можливої кількості спричинених підприємством зовнішніх ефектів (в економічній літературі їх позначають терміном «екстерналії» [1, с. 255]) у його внутрішні показники («інтерналії» [1, с. 255]), тобто такі, що відчуваються підприємством.

Усі ефекти, що спричиняються економічним суб'єктом, умовно диференціюють на такі групи [1, с. 256]:

- внутрішні ефекти підприємства, що сприймаються його системою госпрозрахунку (інтерналії);
- зовнішні ефекти (екстерналії), які підприємство в змозі перетворити у внутрішні за допомогою встановлення ціни на вироблені вироби й надані послуги;
- зовнішні ефекти (екстерналії), які підприємство зацікавлене перетворити у внутрішні, але може це зробити лише за допомогою економічних інструментів держави або суб'єкта території (наприклад, податкових пільг, дотацій);
- зовнішні ефекти (екстерналії), які підприємство не зацікавлене перетворювати у внутрішні (негативні наслідки діяльності, що сприймаються всім суспільством).

На нашу думку, для всебічного розгляду впливу освітньої послуги на інші господарські суб'єкти та державу, необхідно розглянути особливості освітньої послуги як товару. Крім ознак, виділених для всіх видів послуг Ф. Котлером, які необхідно враховувати при розробленні маркетингових програм, а саме: невідчутність, нерозривність виробництва та споживання, мінливість якості, нездатність до зберігання [2, с. 600–602], освітні послуги мають ряд специфічних особливостей. До них можемо віднести:

1. На відміну від процесів, що супроводжують надання більшості послуг, освітні послуги характеризуються тим, що їх споживач повинен володіти певними особистісними характеристиками (наприклад, для отримання

вищої освіти йому необхідно мати певний рівень загальної освіти). Також особливістю є те, що для отримання освіти за державним замовленням не має значення рівень платоспроможності споживача даної послуги, що є для нього принципово важливим.

2. Одночасність надання і споживання освітньої послуги. Така особливість притаманна й іншим видам послуг, але на відміну від них освітня послуга – це завжди тривалий, багатоаспектний процес, що підлягає плануванню, регулюванню, коригуванню і т. ін.

3. Тісні взаємини споживача та виконавця послуги. Процес навчання обов'язково передбачає взаємодію викладача та студента, адже таку послугу як освітня, неможливо якісно надавати без докладання зусиль не тільки з боку ВНЗ, а й студента. Без його активної інтелектуальної участі процес втрачає сенс. Якщо немає зацікавленості споживача в послугі, ресурси, задіяні для її надання, будуть втрачені. Для підвищення системної ефективності функціонування ВНЗ необхідно підвищувати ефективність на стадії «викладання дисциплін» життєвого циклу виробництва освітніх послуг (див. рис. 2) за рахунок підвищення кваліфікації викладачів, постійного вдосконалення їх педагогічної майстерності, впровадження інновацій у процес навчання та т. ін.

4. Держава є активним замовником освітніх послуг. Ринок праці зацікавлений у високоосвічених, професійних випускниках. Тому держава забезпечує контроль за якістю освітніх послуг, визначає їх рівень, висуває певні вимоги до ВНЗ щодо складу професорсько-викладацького складу, матеріально-технічного забезпечення, змісту та якості дисциплін, що викладаються та ін. Контроль здійснюється через відповідні органи державного, громадського та місцевого управління освітою або міжнародними організаціями, залежно від рівня освіти, що надається.

5. Унікальність освітньої послуги як товару. Вища освіта є товаром з унікальними характеристиками, заради отримання якої значна частина споживачів готова докласти додаткові зусилля (переїхати до місця, де можна отримати бажану освіту; погодитись на додаткові витрати часу, матеріальних ресурсів та ін.).

Дана обставина відкриває перед ВНЗ додаткові можливості для підвищення власної конкурентоспроможності на ринку освіти.

6. Великий вплив репутації ВНЗ (так би мовити, торгової марки) на вибір споживачів. Створення позитивного іміджу в очах суспільства є дуже дорогим і тривалим процесом, але його сила – одна з найсерйозніших конкурентних переваг. Тому капіталовкладення в розвиток торгової марки ВНЗ за рахунок підвищення кваліфікації персоналу, розвитку матеріально-технічної бази та іншого дуже важливі.

Враховання цих особливостей освітньої послуги дозволить поглибити та вдосконалити процес підвищення системної ефективності функціонування ВНЗ у процесі задоволення ним потреб у освіті. З огляду на зазначене вище можемо стверджувати, що управління системною ефективністю функціонування ВНЗ виконує такі функції:

- регулює внутрішню господарську діяльність ВНЗ;

- формує відносини між ВНЗ і споживачами його послуг;

- переводить загальноекономічні вигоди від його функціонування у внутрішні інтереси ВНЗ (наприклад, через податкові пільги для підприємств, що працевлаштовують інвалідів);

- допомагає державі та суб'єктам території зменшити або уникнути впливу негативних наслідків порушення ВНЗ загальноекономічного середовища (наприклад, через своєчасне реагування ВНЗ на запити реальної економіки щодо підготовки фахівців певного спрямування).

ЛІТЕРАТУРА

1. Мельник Л. Г. Економіка підприємства : Конспект лекцій : навч. посіб. / Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 412 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Ростинтэр, 1996. – 704 с.

УДК 659.126:[005.95:331.5]

БРЕНДИНГ ПІДПРИЄМСТВА-РОБОТОДАВЦЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛ-МАРКЕТИНГОМ

О. В. Сардак, кандидат економічних наук

В умовах ринкової економіки виникає об'єктивна потреба у вивченні механізмів узгодження і досягнення цілей підприємства і персоналу (що передбачається концепцією управління персонал-маркетингом). Це зумовлює необхідність досліджень у сфері формування «образу» ідеального підприємства-роботодавця. У даному контексті застосовуються різноманітні терміни, зокрема «брендинг роботодавця», «бренд-менеджмент», «управління брендом» та ін. Недостатня чіткість формулювання даних понять потребують уточнення їх змісту.

Питання, пов'язані з дослідженням окремих аспектів брендингу підприємства-роботодавця, висвітлювалися у працях таких закордонних і вітчизняних вчених: Берроу С., Мослі Р. («Бренд роботодавця. Краще з бренд-менеджменту – у роботу з кадрами»); Лейні Т. А. («Бренд-менеджмент»); ЛеПла Джозеф Ф., Девіс Сьюзен В., Паркер Лінн М. («Стратегія розвитку бренда: Оригінальний практичний інструментарій для лідерства вашого бренда»); Девіс С., Данн М. («Бренд-білдинг»); ЛеПла Ф., Паркер Л. М. («Інтегрований брендинг»); Ванекен Б. («Бренд допомога»); Годін А. М., Дмитрієв А. А.,