

Виходячи з рис. 3, для кожного окремого квадрату матриці ABC- та XYZ-аналізу витрат ми пропонуємо наступні стратегії для прийняття господарських рішень:

– для квадрату AZ: стратегію розміщення підприємства, в зв'язку з тим, що велику роль в діяльності підприємства відіграють його наближення до дешевих джерел сировини, витрати на транспортування, наявність кваліфікованої робочої сили та ринків збуту;

– для квадрату BZ: ресурсні стратегії, а саме стратегію залучення ресурсів і стратегію заощадження ресурсів. Стратегія залучення ресурсів безпосередньо пов'язана з витратами підприємства, тому що зосереджується на виборі постачальників, обсягів матеріальних цінностей, термінів їх поставки і величини виробничих запасів. В свою чергу, стратегія ресурсозбереження являє собою комплекс програм і заходів, що забезпечують зниження витрат за рахунок зниження витрат при транспортуванні, зберіганні та переробці сировини, застосування норм витрат, вторинного використання ресурсів, впровадження нових технологій [2, с. 8];

– для квадрату CZ: стратегію раціонального використання фінансових ресурсів у зв'язку з домінуванням фінансових витрат у відповідному квадраті;

– для квадрату AY: технологічні стратегії розвитку бізнес-процесів, що відбуваються під час виробництва продукції;

– для квадрату BY: стратегії якості, що припускають створення умов для постійного вдосконалення технологічних процесів, тісну взаємодію з постачальниками і споживачами, контроль за витратами, персоналізацію відповідальності виробників і постачальників [2, с. 8];

– для квадрату CY: стратегію контролю, обґрунтовуючи це тим, що підприємству постійно необхідно досліджувати поведінку витрат задля передбачення їх неконтрольованого росту;

– для квадрату AX: стратегію лідерства по витратах, у зв'язку з високим ступенем керованості тими статтями витрат, що займають велику питому вагу й мають високий ступень прогнозу, треба займати лідируючі позиції на відповідному ринку;

– для квадратів VX та CX ми пропонуємо використовувати стратегії спостереження, обґрунтовуючи це тим, що даними статтями витрат керівництво навряд чи спроможне маніпулювати/управляти, тому повинне детально спостерігати на їх поведінку.

Висновки. Проведене дослідження підтверджує можливість практичного використання матриці ABC- та XYZ-аналізу при прийнятті господарських рішень щодо управління витратами промислового підприємства та вказує на необхідність прийняття відповідного господарського рішення на основі представлених стратегій для кожного окремого випадку, виходячи із галузі функціонування підприємства, сегменту ринку та видів витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковтун С. Управління затратами / Ковтун С., Ткачук Н., С. Савлук. – Х. : Фактор, 2007. – 272 с.
2. Лапыгин Ю. Н. Управление затратами на предприятии. Планирование и прогнозирование, анализ и минимизация затрат./ Лапыгин Ю. Н., Прохорова Н. Г. – М. : Эксмо, 2007. – 103 с.
3. Задорожна Р. П. Конторолінг як концепція управління фінансово-господарською діяльністю підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vkib/2010_1/Zadorozhna.html
4. Сообщество закупщиков «Я закупщик. РФ». [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://zakup.vl.ru/>
5. Стратегическое управление затратами. [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://www.sibadvokat.ru/magazine/arhiv_nomerov/2009_god/num_4_31/strategicheskoe_upravlenie_zatratami/

УДК 338.46:37

Процишин О. Р.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ВНЗ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ТА НАПРЯМИ ЇХ НАРОЩУВАННЯ

Розглядаються конкурентні переваги вітчизняних ВНЗ на ринку освітніх послуг. Виділяються об'єктивні та суб'єктивні конкурентні переваги, їх джерела та інструменти формування. Окреслюються напрями нарощування конкурентних переваг з метою посилення конкурентоспроможності вітчизняних вищих навчальних закладів.

Ключові слова: конкурентні переваги ВНЗ, об'єктивні та суб'єктивні конкурентні переваги, джерела та інструменти формування конкурентних переваг, напрями нарощування конкурентних переваг.

COMPETITIVE ADVANTAGES OF HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS AT THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES

Competitive advantages of the native higher educational establishments at the market of educational services have been studied. Objective and subjective competitive advantages, their sources and formation instruments have been singled out. The directions for increasing competitive advantages in order to strengthen competitiveness of the native higher educational establishments have been traced.

Keywords: competitive advantages of the higher educational establishments, objective and subjective competitive advantages, competitive advantages sources and formation instruments, directions for increasing competitive advantages.

Вступ. Посилення конкуренції між ВНЗ на ринку освітніх послуг зумовлює для них необхідність пошуку і здобуття конкурентних переваг. Конкурентні переваги ВНЗ – комплекс факторів і позицій, які дозволяють бути кращими порівняно з конкурентами, є обов'язковим елементом їх існування у конкурентному середовищі. Їх здобуття дозволить вищим навчальним закладам одержати вищий конкурентний статус не лише на вітчизняному ринку послуг вищої освіти, а й стати більш привабливими для іноземних споживачів, здійснювати ефективну економічну діяльність. Тому дослідження наявних конкурентних переваг вітчизняних ВНЗ на ринку освітніх послуг і окреслення напрямів їх нарощування є питаннями актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням формування конкурентних переваг ВНЗ є сьогодні предметом дослідження багатьох вчених. Зокрема Іванов Ю.В. [5] ґрунтовно дослідив умови та фактори, методику та стратегію формування конкурентних переваг ВНЗ. Жмайлов В. М. [4] визначає конкурентні переваги ВНЗ як один із напрямів модернізації освіти, здійснюючи класифікацію за функціональними потенціалами. Чумаченко Т. М., Тертичко Т.В. [9] розглядають особливості конкурентних переваг ВНЗ на ринку освітніх послуг через призму взаємозв'язку між якістю освітніх послуг і потребою в молодих спеціалістах на ринку праці. Субіна О. О. [7] у своїх дослідженнях акцентує на шляхах підвищення іміджу ВНЗ як вагової конкурентної переваги на міжнародному ринку освітніх послуг.

Незважаючи на різну глибину висвітлення визначених питань, дослідження джерел, методів, інструментів формування та механізмів нарощування конкурентних переваг вітчизняних вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг є недостатніми.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та систематизація наявних конкурентних переваг вітчизняних вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг та окреслення напрямів їх нарощування.

Виклад основного матеріалу. У конкурентній економіці будь-який її суб'єкт намагається здобути вигідніше становище, отримати кращі результати, забезпечити стійкі позиції у певних географічних і

часових координатах, максимально подбати про свої перспективи. Досягти цього він зможе завдяки вмілому створенню і використанню своїх конкурентних переваг.

Конкурентні переваги ВНЗ на ринку освітніх послуг визначають кращу позицію від конкурентів за конкурсом вступників, за відсотком заповнення ліцензованого обсягу, за кількістю місць держаного замовлення, за можливістю позиціонування студента у вітчизняних та зарубіжних наукових колах, за кількістю працевлаштованих за фахом, за визнанням фахівця за кордоном. Вони важливі, насамперед, для їх споживачів: потенційних – абітурієнтів та реальних – студентів, аспірантів, докторантів.

Наприклад, для абітурієнтів як майбутніх споживачів послуг вищої освіти, конкурентні переваги ВНЗ впливають на його вибір. Адже у абітурієнтів вибір ВНЗ починається ще на стадії обрання фаху. За маркетинговими дослідженнями Національного гірничого університету [9] абітурієнти, останнім часом, є професійно орієнтовані і діють згідно з алгоритмом професійного вибору: „вибір конкретної спеціальності – вибір конкретного вузу” (53,6 % опитаних). На цей вибір впливає ситуація на ринку праці через потребу у відповідних фахівцях, можливість після закінчення вищу працювати за фахом, рівень зарплати фахівця, можливість суміщення професій і посад. Тому саме ринок праці формує у абітурієнтів мотиваційний механізм вибору фаху, що у свою чергу формує конкурентну перевагу вишу, який має відповідні напрями підготовки фахівців для задоволення попиту на ринку праці. За тими ж дослідженнями [9] на мотивацію вибору ВНЗ у абітурієнтів впливає фактор „потреба у випускниках вузу” (22% опитаних). За дослідженнями О. В. Босака [1] найбільш вагомих фактором конкурентоспроможності ВНЗ за оцінкою студентів та абітурієнтів Львівщини є фактор „можливість працевлаштування” (9,2 балів і 9,8 балів за 10-бальною шкалою відповідно). Поряд з тим практика вступних кампаній 2010-2012 рр. показує, що абітурієнти подавали заяви на різні напрями підготовки туди (не більше, ніж у п'ять ВНЗ), де були виділені місця державного замовлення. Причому подані заяви були не лише на різні напрями підготовки, а й у різні галузі знань, що свідчить про певну байдужість до вибору фаху, а лише бажання вчитись за державні кошти.

Отже, перелік напрямів підготовки, що користуються попитом є початковою конкурентною пе-

ревагою ВНЗ, і є важливою для потенційного споживача освітніх послуг – абітурієнта. Іншими конкурентними перевагами ВНЗ, які буде враховувати абітурієнт при виборі ВНЗ після визначення напрямку підготовки, є рівень якості надання освітніх послуг, наявність держаних місць на обраній фах, місце розташування, умови навчання, можливість продовження навчання, наявність гуртожитку, їдальні, спорткомплексу тощо.

Вітчизняні дослідники виділяють низку конкурентних переваг вітчизняних ВНЗ:

- відносно невелика вартість оплати за отримання споживачем освітніх послуг і доступність освіти. Наприклад, вартість навчання в КПІ в 2011 році коливалась від 8730 до 14 730 гривень. А навчання у відомих на весь світ британських університетах – Оксфорда, Кембриджа і Ессекса для студентів з країн ЄС обходиться в 3-4 тис євро. В університетах Польщі, Чехії вартість одного року навчання сягає 2000-3200 євро. Вартість навчання залежить і від фаху. Найдорожче обходиться навчання на юридичних та економічних факультетах. Вартість навчання в Київському національному університеті ім. Шевченка та Києво-Могилянській академії складає більше 30 тис. гривень на рік. У більш скромних вузах оплата за навчання за рік коливається від 15 до 20 тис гривень. Навчання технічних дисциплін обходиться дешевше [2];

- достатньо високий рівень освітніх послуг в окремих галузях та сферах знань [3];

- краща гуманітарна підготовка порівняно з багатьма зарубіжними вищими навчальними закладами;

- ґрунтовніша, глибша, предметніша фундаментальна підготовка, яка закладає підвалини подальшої професійної мобільності, створює передумови для високої конкурентоспроможності не лише на момент випуску фахівців, а й на тривалий час практичної діяльності;

- наявність єдиних для усієї держави стандартів якості підготовки фахівців (ОПП, ОКХ) – у багатьох країнах європейської спільноти вони або відсутні зовсім, або ж ці стандарти розроблені для окремих регіонів у межах однієї країни (які також відрізняються одні від одних);

- високий рівень наукової підготовки освітніх кадрів, що забезпечується за рахунок існування

наукового ступеня доктора наук (після захисту кандидатської дисертації, яка прирівнюється до ступеня доктора наук у країнах ЄС) [6].

Існуючі конкурентні переваги не завжди пріоритетні. Адаже вітчизняна вища школа слабка за закордонних конкурентів через:

- занепад науково-дослідної роботи, що серйозно ускладнює досягнення європейських стандартів в освіті;

- у двічі нижча частка населення (20 – 25% в Україні проти 50% у країнах ЄС), що має вищу освіту;

- низький рівень оплати праці, неефективність механізмів заохочення працівників вітчизняної освіти;

- низький рівень використання новітніх інформаційних технологій у навчальному процесі вітчизняних вищих навчальних закладів;

- застаріла матеріально-технічна база навчального процесу;

- хронічне недофінансування вітчизняної галузі освіти, що стало домінуючою причиною негативних тенденцій у її розвитку.

Таким чином, незважаючи на видимість благополуччя, система освіти України стоїть перед викликами ринкової економіки. Освіта може сприяти формуванню конкурентоспроможності людського капіталу тільки за умови поліпшення якості освіти, що вимагає участі підприємців і роботодавців у навчальних планах і програмах та побудови системи навчання протягом життя.

На думку автора, визначені конкурентні переваги ВНЗ на ринку освітніх послуг умовно можна поділити за чинниками формування на об'єктивні та суб'єктивні (рис.1). Об'єктивні – це ті, які сформувалися шляхом впливу зовнішніх факторів: державної політики щодо географії розташування, визначення пріоритетних напрямів розвитку галузі освіти і науки, надання місць державного замовлення, фінансування тощо. Суб'єктивні – це ті, які сформувалися в силу розвитку внутрішніх функціональних потенціалів ВНЗ (історичного, управлінського, кадрового, науково-дослідного, фінансово-економічного, інфраструктурного).

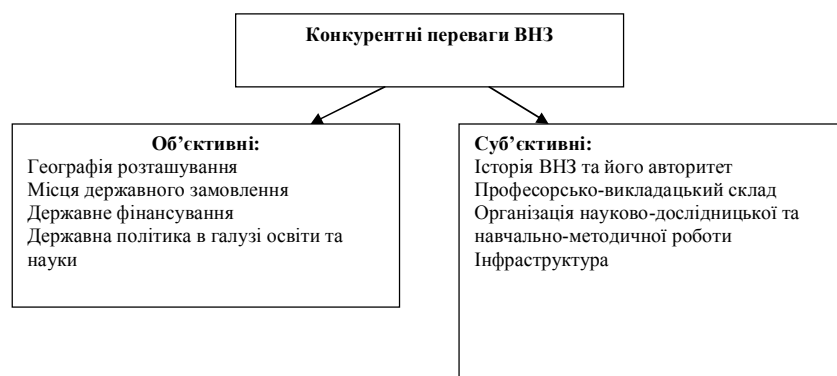


Рис.1. Групи конкурентних переваг ВНЗ за чинниками формування

Наприклад, рівень якості надання освітніх послуг як конкурентна перевага є результатом розвитку функціональних потенціалів ВНЗ, тобто є суб'єктивною, і реалізується як визнання (здобуті знання, вміння та навички) фахівця на ринку праці. До цієї ж групи конкурентних переваг можна віднести складові рівня якості надання освітніх послуг: умови навчання (матеріально-технічна, соціальна інфраструктура), організація навчання та науково-дослідницької роботи (професорсько-викладацький склад, функціонування наукових шкіл та проведення наукових досліджень за напрямками підготовки фахівців, маркетингові дослідження розвитку ринку праці, наявність різноманітних навчальних програми відповідно до вимог ринку праці, належне навчально-методичне та інформаційне забезпечення, сучасні методики навчання; інноваційні підходи до організації навчального процесу, можливість продовження навчання у магістратурі, аспірантурі, докторантурі, проходження стажування) та інші.

До групи об'єктивних конкурентних переваг умовно можна віднести наявність державних місць на обраній фах, що формується державною політикою згідно з потребами у фахівцях на ринку праці Міністерством освіти, науки, молоді і спорту України; географія розташування ВНЗ. Регіон розташування ВНЗ як конкурентна перевага важлива особливо для тих споживачів освітніх послуг, які малозабезпечені і не мали змоги пройти за результатами вступних випробувань на місця державного замовлення. Для них навчання в регіоні проживання є конкурентною перевагою ВНЗ, оскільки транспортні витрати та на проживання будуть суттєво менші, ніж навчання у віддалених вишах.

Конкурентні переваги не слід ототожнювати з потенційними можливостями вишів, оскільки вони є реальними фактами зафіксованих очевидних уподобань з боку споживачів. Проте, якщо в бізнесі конкурентні переваги є головною метою і результатом діяльності, то для вишів це поняття досить відносне.

Якщо з одного боку конкурентна перевага приваблює до себе більше потенційних споживачів (абітурієнтів), створюючи при цьому високий вступний конкурс, і дає можливість ВНЗ здійснити набір сильніших студентів, заповнивши весь ліцензійний обсяг, то з іншого боку – висока конкуренція серед абітурієнтів не дає можливості одержати освіту за бажанням. І абітурієнти, які не вступили до бажаного вишу, мають шанс вчитися у менш привабливих з точки зору конкурентних переваг ВНЗ, і виходять на ринок праці менш конкурентоспроможними або поповнюють армію безробітних.

Слід зауважити, що на відміну від конкурентної переваги суб'єкта бізнесу для ВНЗ вона має універсальний характер. Тому ВНЗ необхідно прагнути надавати високої якості освітні послуги, щоб у результаті всі випускники були конкурентоспроможними на ринку праці. А ВНЗ, які не спроможні здобути конкурентні переваги, вистояти у конкурентній боротьбі за абітурієнта, студента тощо згортають свою діяльність і згодом втрачають ліцензію на право надання освітніх послуг.

Для забезпечення конкурентної переваги необхідні комплексні зусилля. Нерідко вони виявляються недостатніми, оскільки потрапляють під дію

зовнішніх неконтрольованих факторів, які іноді можуть підсилювати, а дуже часто – послаблювати конкурентну позицію. Наприклад, в останні роки на ринку освітніх послуг демографічний фактор посилює конкурентну позицію між ВНЗ і для одних посилює конкурентну позицію, а для інших – послабив.

Джерелом формування конкурентних переваг на ринку послуг вищої освіти є розвиток внутрішніх ресурсів вишу, його функціональних потенціалів. Наприклад, продовжуючи розвивати історичні надбання та традиції у науково-дослідницькому напрямі, навчально-методичному, використовуючи інноваційні підходи в управлінні, ВНЗ може здобути значні переваги щодо рівня організації навчально-виховного процесу, мотивації наукової діяльності студентів та професорсько-викладацького складу, оновлення матеріально-технічної бази, розвитку соціально-інформаційної інфраструктури.

Інструментами формування конкурентних переваг ВНЗ є національна та регіональна політики у сфері науки та освіти, спектр освітніх послуг, галузеві стандарти ОПП та ОКХ різних рівнів та напрямів підготовки, наукові школи, інноваційні методи та форми навчання, рівень викладання, цінова та бюджетна політика, маркетингова та комунікативна політики, міжнародна співпраця та обмін досвідом, активна співпраця з бізнес-структурами та інвестиційними компаніями, широка підготовка фахівців для зарубіжних держав та міжнародних фірм, залучення до викладання видатних вчених та практиків, забезпечення повного циклу підготовки висококваліфікованих фахівців, різноманітні джерела фінансування та інші, що активно практикується у діяльності вишів-лідерів світового рівня.

Вибір інструментів залежить від окресленої конкурентної стратегії ВНЗ, яка дозволить здійснювати моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентного статусу в освітній галузі, діагностувати власну конкурентоспроможність та основних суперників, обирати методи та інструменти конкурентної боротьби, розробляти концепцію та стратегію управління конкурентоспроможністю.

Визначивши основні конкурентні переваги ВНЗ на ринку освітніх послуг, їх джерела та інструменти, можна окреслити, на думку автора, такі напрями нарощування конкурентних переваг:

- пошук і залучення різноманітних джерел фінансування від національних і міжнародних урядових та неурядових організацій, установ, урядів інших держав, ТНК, меценатів, випускників та інших приватних осіб для покращення матеріально-технічної бази та організації навчального процесу;

- використання державних важелів підтримки наукових досліджень;

- застосування диверсифікації в освітньо-науковій та підприємницькій діяльності;

- впровадження світових стандартів освітньо-наукової діяльності за критеріями кадрового, фінансового, навчально-методичного, матеріально-технічного та інформаційно-інфраструктурного забезпечення їх діяльності [8];

- реформування механізмів стимулювання науково-дослідницької роботи професорсько-викладацького складу;

- активне застосування маркетингової та комунікативної політики для позиціонування наукових

продуктів на міжнародному ринку об'єктів інтелектуальної власності, використовуючи найсучасніші інтернет-технології;

-більш широке використання міжнародного ресурсу у своїй багатопрофільній діяльності.

Їх реалізація дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняних вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг.

Висновки. Отже, конкурентні переваги вищих навчальних закладів є обов'язковим елементом їх існування у конкурентному середовищі, дозволяють здійснювати ефективну економічну діяльність. Об'єктивні, як наслідок впливу зовнішнього середовища та суб'єктивні конкурентні переваги, як наслідок використання та розвитку функціональних потенціалів, формують конкурентну позицію ВНЗ на ринку освітніх послуг. Реалізація окреслених напрямів нарощування конкурентних переваг сприятиме підвищенню конкурентоспроможності ВНЗ на ринку освітніх послуг, а також випускника на ринку праці. Поряд з тим необхідно визначитись з методами та механізмами їх реалізації, що формує напрями подальших досліджень

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Босак О. В. Фактори конкурентоспроможності вищих навчальних закладів в системі формування економіки знань / О. В. Босак // Регіональна економіка. – 2008. – № 4. – С. 223 – 227.

2. В Україні вартість навчання в вузах в 2011 році вища ніж в Німеччині [Електронний ресурс]. – Режим доступу : money-news.te.ua / 2011.

3. Дерев'яно Б. В. Питання забезпечення економічного суверенітету вітчизняних суб'єктів господарювання у сфері надання освітніх послуг / Б. В. Дерев'яно // Матеріали Шестой міждун. науч.-практ. интернет-конф. (г. Донець, 21–30 сентября 2010 г.). – Донець : Изд-во „Ноулідж” (донецкое отделение), 2010. – С. 83 – 86.

4. Жмайлов В. М. Визначення конкурентних переваг вищих навчальних закладів – один із можливих напрямів модернізації освіти / В. М. Жмайлов // Вісник СНАУ. – 2010. – Вип. 6/1. – С. 11 – 14. (Серія „Економіка і менеджмент”)

5. Іванов Ю. В. Формування конкурентних переваг вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: за спец. 08.00.04. „Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Ю. В. Іванов. – Полтава, 2008. – 22 с.

6. Костякова А. А. Реформування вищої освіти і болонський процес / А. А. Костякова [Електронний ресурс]: Праці таврійського державного агро технічного університету. – Вип.13. – Мелітополь. – 2009. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua.

7. Субіна О. О. Міжнародні конкурентні переваги вищих навчальних закладів / О. О. Субіна // [Електронний ресурс] : Малий і середній бізнес (Право, держава, економіка). – 2011. – №1 – 2. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua.

8. Суслівська Т. Є. Організаційно-економічні форми інтернаціоналізації університетської діяльності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.02 „Світове господарство і міжнародні економічні відносини” / Т. Є. Суслівська. – Київ, 2011. – 20 с.

9. Чумаченко Т. М. Особливості формування конкурентних переваг вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг / Т. М. Чумаченко, Т. В. Тертичко // Формування ринкової економіки [Електронний ресурс] : зб. наук. праць. – Спец. вип. Маркетингова освіта в Україні / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ „Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана” ; відп. ред. О. О. Беляєв. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 92 – 98. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/handle/2010/1223>.

УДК 330.46

Ящук В. І.

ТРЕНДИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «ХМАРНИХ ОБЧИСЛЕНЬ» В ІТ-СФЕРІ УКРАЇНИ

Аналізуються переваги та розглядаються основні тенденції розвитку та впровадження новітніх ІТ-технологій. Окреслюються характерні ознаки розвитку технології «хмарних обчислень» та визначаються головні переваги та недоліки «хмарних» рішень для українських підприємств.

Ключові слова: інформаційні технології, комп'ютерні послуги, хмарні обчислення, центри даних.