

М.І. Каньоса, к.е.н., професор, А.М. Каньоса, к.і.н.,
доцент, Кам'янець-Подільський національний
університет імені Івана Огієнка

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ УКРАЇНИ

У статті зроблена спроба з'ясування нового підходу до діяльності вищого навчального закладу в умовах ринку і віднайдення оптимальних шляхів підвищення його конкурентоспроможності у період демографічної кризи.

Ключові слова: конкурентоспроможність; товар «освітня послуга»; вищий навчальний заклад - підприємство, що продукує товар «освітня послуга»; абітурієнт - специфічний «предмет праці» у діяльності ВНЗ; студенти; фахівці.

Вирішення проблеми формування якісно нової національної наукової еліти в державі стає найважливішим чинником підвищення продуктивності праці, забезпечення випуску конкурентної продукції. У зв'язку з цим першочергова увага має приділятися розвиткові людських ресурсів, якості підготовки робочої сили і з обов'язковим урахуванням зміни кон'юнктури ринку та стратегії розвитку регіону. З переходом України до ринкової економіки впроваджуються нові форми господарювання, демократичні моделі соціально-економічних відносин, що призводять до усвідомлення нових перетворень, разом з тим і у галузі освіти, яка має сприяти усім громадянам країни проявити свій талант і творчий потенціал, реалізувати свої плани. Тому завдання Національної доктрини розвитку освіти передбачає її конкурентоспроможність у європейському та світовому освітньому просторі.

В нових умовах господарювання освіта все більше і більше стає товаром на ринку освітніх послуг і розглядається не стільки як сукупність навичок, відносин і цінностей, скільки як товар, що купується споживачем і дозволяє йому формувати комплекс навичок, якими можна скористатися на ринку праці, або створити товар, що знаходить споживача на інтелектуальному ринку. У цих умовах освітні заклади виступають у ролі підприємств, що створюють товар «освітня послуга». Зазначений товар є надто різноманітним і його «випускають» вищі навчальні заклади. Виробники товару «освітня послуга» є особливими ще й тому, що вони використовують специфічні «предмети праці», на які спрямовується освітня послуга - абітурієнта, якого в умовах

демографічної кризи катастрофічно не вистачає. Виникає ситуація, за якої споживач одного товару - абітурієнт - є «предметом праці», бо на нього спрямовується дія «освітньої послуги». Виробничим процесом є вплив «освітньої послуги» на «предмет праці» - абітурієнта, внаслідок чого створюється «продукт праці» - фахівець. Саме за ці специфічні «предмети праці» в умовах ринку конкурують між собою вищі навчальні заклади.

Конкуренстоспроможність вищого навчального закладу є зовсім не новою проблемою. Періодично до неї звертається багато науковців, однак через призму виробництва «продукту праці» - фахівця проблема ще не розглядалася.

Проблема пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності вищого навчального закладу за абітурієнта як предмет праці в умовах руху до закінчення реформи у сфері освіти стає все жорсткішою. Особливої гостроти їй надає демографічна криза, за якої 2010-2011 навчального року із загальноосвітніх навчальних закладів буде випущено біля половини від кількості 2009-2010 навчального року. Це дещо менше від обсягів нинішнього прийому абітурієнтів на перші курси усіх ВНЗ України (державних і недержавних).

Аналіз інформації, отриманої центром регіональних досліджень нашого навчального закладу, виявив, що у багатьох студентів регіону мотивацією до вступу в університети на економічні спеціальності була впевненість, що при здобутті диплому про вищу економічну освіту у них буде сприятливіша ніж у випускників інших спеціальностей, позиція на ринку праці за належної її оплати (біля 31%). Майже така ж кількість тих, хто до ВНЗ вступав під «тиском» батьків чи за їх порадою. Для них важливим є лише факт отримання диплому про вищу освіту. У студентів з такими поглядами, як правило, надзвичайно низька мотивація і зацікавленість у процесі навчання. 58,7 % першокурсників бажають отримати модну спеціальність, яка забезпечить їм високу заробітну плату, і вони орієнтуються на заклади, що їм це обіцяють. Закінчивши університет вони (72%) погоджуються на роботу не за фахом. Для більшості з них (47%) це пов'язано з недостатнім рівнем якості знань або скрутним соціально-економічним становищем родини, а для певної частини (21%) - і те, й інше. Надзвичайно часто подаються документи на спеціальності, де є найбільша кількість державного замовлення, з про працевлаштування у цей час не думається. Тому, здобувши вищу освіту за державний кошт, за два роки можна на контрактній основі здобути іншу, у потребі якої студент переконався упродовж навчання за попереднім фахом.

Під впливом ринку комплекс знань, умінь і навичок молодого фахівця урізноманітнюється, стає строкатішим. Якщо тривалий час до знання іноземної мови багато абітурієнтів ставилися суперечливо - не всім працювати за кордоном, - то наразі 89% усіх випускників володіння іноземними мовами (англійською - 43 %, німецькою - 38,4 %, французькою - 7,6 %, італійською - 6,0 %) виносять на перший план. Ще більше (98,2 %) випускників вважають за головне уміння працювати з комп'ютером. Ринок буде доповнювати й змінювати комплекс якостей фахівця, але зазначені не знижуватимуть своєї ролі.

Враховуючи мотиви вступу абітурієнтів до вищих навчальних закладів і якості \ навчання у ВНЗ, можна висловити думки щодо подальших дій університетів у напрямі своєї діяльності та спеціально уповноважених центральних органів виконавчої влади у галузі освіти і науки. Наразі вищі навчальні заклади намагаються урізноманітнити систему додаткових освітніх послуг, що сприятимуть розширенню можливостей працевлаштування випускників (вивчення дисциплін з економіки нерухомості, оскільки відсутня спеціальність «економіка нерухомості»; формувати у студентів-випускників вміння організовувати власну справу; поруч з економічними спеціальностями дати випускникам знання з педагогіки, психології та методики закладання економічних дисциплін щоб вони мали змогу викладати економіку в школах; ведення ділових перемовин тощо). Реагуючи на зростання кількості бажаючих вивчати поглиблено іноземні мови та вільно ними спілкуватися, необхідно формувати у майбутніх фахівців навички усної та письмової мови, ведення ділових перемовин тощо. Окремі навчальні заклади з третього курсу впроваджують вивчення іноземних мов саме через викладання ними економічних дисциплін. Це дає тужливість майбутнім фахівцям удосконалювати навички мислення, усного та писемного спілкування іноземною.

Серед конкурентних переваг наразі може бути і така: на певному етапі реформування вищої освіти в окремих ВНЗ були ліквідовані підрозділи, які займалися працевлаштуванням випускників. Натомість у них з'явилися спеціальні підрозділи, які несуть відповідальність за професійну орієнтацію, адаптацію та працевлаштування студентів і випускників. Інші навчальні заклади частково вирішують питання працевлаштування через асоціації випускників, що також можуть служити джерелом розширення професійних зв'язків вищого навчального закладу. Вони до угод про навчання на комерційній основі включають пункт про відповідальність вищого навчального закладу за працевлаштування випускників по закінченні навчання.

Гадається, що в Україні питання про працевлаштування студентів-випускників буде пріоритетним для вибору школярами освітнього закладу для майбутнього навчання. Особливої гостроти воно набуває в умовах посилення конкуренції на ринку освітніх послуг.

Подальше впровадження ринкових механізмів у практику життя ВНЗ може як ринкову перевагу використати його цінову політику, котра ще має широке поле для застосування. До деяких спеціальностей доцільно застосувати систему надбавок (при кредиті розрахунку; при впровадженні індивідуального навчання; направленні на стажування за кордон; здобуття додаткових спеціальностей у вільний від основних занять час тощо); до інших - систему знижок (не надто перспективних; при відмінному навчанні студента та ін.). Орієнтуючись на високо забезпечену групу населення, можна підняти рівень надання послуг за рахунок використання інших конкурентних переваг, як от: зменшення кількості студентів на одного викладача; збільшення кількості годин на вивчення комп'ютерної техніки, іноземних мов; збільшення частки викладачів вищої кваліфікації на певних спеціальностях чи в окремих групах; запрошення викладачів високої кваліфікації інших вітчизняних і зарубіжних ВНЗ для читання спецкурсів на замовлення; широке впровадження у навчальний процес інформаційних технологій і т. ін. Разом з тим існує чимало причин, що перешкоджають упровадженню в навчальний процес інформаційних технологій. *Серед* таких слід назвати високу вартість устаткування, відсутність належної структури телекомунікацій тощо. Впровадження нових методик навчання і вивчення дисциплін, постійне оновлення технічної бази слідом за появою нових продуктів на інформаційному ринку вимагають значних фінансових укладень. До цього можна додати і недостатню підготовленість викладачів в галузі інформатики (біля 40%), відсутність можливостей у більшості сімей придбати сучасну комп'ютерну техніку (72%) тощо. Зазначимо, що введення інформаційних технологій у навчальний процес в умовах, коли кожен, хто подав документи до вишу, може вступити до нього, саме по собі зовсім не гарантує підвищення якості навчання.

Наші дослідження засвідчують, що ринкові відносини, інформатизація освіти, мотивування викладачів і студентів, інші причини вимагають змін у свідомості викладачів і адміністрації ВНЗ, їх взаєминах, і поводженні зі студентством. Питання взаємодії «викладач - студент» залишається серед найактуальніших. При командно-адміністративній економіці підготовка фахівців здійснювалася за визначеним зверху змістом курсів, стабільним набором дисциплін, однаковими підручниками і т. і. Такий

тип взаємин наразі безнадійно застарів, ринкові умови призвели до його заміни на інший, за якого впроваджуються внутрішні університетські відносини - колегіальність, заснована на ідеї спільної роботи з освоєння конкретної спеціальності.

Не можна не звернути увагу на стан забезпечення ВНЗ науково-педагогічними та науковими працівниками. В останні роки серйозного вдосконалення вимагає кадрова політика в галузі освіти, котра у багатьох вищих навчальних закладах уже перебуває у критичному стані. Низька заробітна плата, демографічна криза, падіння престижу роботи вищих навчальних закладів тощо призвели до проблем при наборі молодих працівників, що різко підвищили середній вік викладацького складу. У багатьох закладах він становить понад 45 років. Спостереження Центру засвідчують, що у структурі викладачів ВНЗ регіону відсоток молоді до 30 років складає від 8 до 9 %, але переважають ті, кому за 40 років (67-69 %). Опитування кращих студентів виявили, що близько 38% з них орієнтуються на заробітну плату понад 2500-3500 грн. на місяць, 37 % - на заробітну плату понад 2000 грн. на місяць, а біля 9 % не хотіли б бути викладачами саме через рівень заробітної плати в даній галузі діяльності. Вирішення проблеми дефіциту молодих викладачів має декілька напрямів, серед яких насамперед зміна ставлення держави до оплати праці наукових і науково-педагогічних працівників, забезпечення їх житлово-побутовими умовами. На рівні ВНЗ у більшості з них розроблено системи залучення майбутніх фахівців у наукове середовище, де, починаючи з першого курсу навчання, відбувається залучення кращих студентів до роботи в наукових гуртках, участі в студентських наукових конференціях, оглядах, олімпіадах, конкурсах тощо. Це сприяє розв'язанню даної проблеми через комплектування вищими навчальними закладами кафедр факультетів своїми кращими випускниками.

Враховуючи те, що набута вища освіта не може забезпечити людині гарантію забезпечення робочого місця на все життя, бо основна частина спеціальних знань оновлюється кожні 6-8 років і вимагає періодичного оновлення знань фахівця, а, отже вчитися доведеться безперервно. Інтелектуальний продукт здатний надто швидко морально старіти і потребує постійної модернізації через самоосвіту, періодичні коротко- та довготермінові перепідготовки та перенавчання. Цю особливість як конкурентну перевагу має врахувати вищий навчальний заклад - підприємство, що продукує товар «освітня послуга» при створенні продукту «фахівець». При добре організованому «після реалізаційному сервісі» - процесі післядипломної освіти є багато причин, які вабитимуть колишнього випускника пройти перепідготовку у закладі, який

закінчував (наприклад: зустрітися з однокурсниками і пройтися стежками юності, добачитися з викладачами, поділитися набутим досвідом та інші). Зазвичай, батьки приводять (або відмовляють) своїх дітей у заклад (від закладу), де навчалися самі. Тому слід враховувати і цей конкурентний момент.

Обираючи ті чи інші конкурентні переваги, навчальному закладові слід враховувати їх динамічність, оскільки вони завжди визначаються у порівнянні з аналогічними показниками інших навчальних закладів, котрі на поточний момент є привабливішими для абітурієнта. Таким чином переконаємося, що конкурентоспроможність - де відносний показник, при визначенні якого основним об'єктом порівняння виступає ВНЗ-конкурент або його окрема спеціальність, з перевагами яких ми порівнюємо свій заклад чи спеціальність. При бажанні ефективно скорегувати діяльність свого закладу у напрямі підвищення його стабільності слід максимально-реально передбачити можливі зміни на ринку праці та у сфері освітніх послуг. Часто навчальні заклади спрямовують свою діяльність у відповідності з діяльністю вищих за статусом аналогічних навчальних закладів. Однак необхідно враховувати, що основним чинником продукування фахівців є майбутня спеціальність і її імідж на ринку праці.

Цілком правомірно серед найголовніших чинників у виборі споживачем кожного товару розглядається та сприймається поєднання двох основних показників: якість і ціна. «Виготовлений» у вищій школі «товар» - фахівець теж може розглядатися через призму його споживної вартості, тобто з позиції, наскільки він зможе отримувати - корисний ефект від своєї діяльності, тобто заробити коштів, забезпечити свій добробут і родини. Товар, спродукований у ВНЗ настільки є специфічним, що реальна його споживна вартість може бути оціненою навіть не тоді, коли фахівці отримають роботу, а через 10 - 15 років, часто навіть значно пізніше (наприклад: винахідники, науковці тощо).

Споживна вартість товару, «виготовленого» у вищій школі, залежить від багатьох чинників, головними з яких є сам навчальний заклад як «засіб праці», та класне абітурієнт (майбутній студент) як «предмет праці». Зрозуміло, що висока якість предметів праці значно впливає на продукт праці. Від бажання студента завчатися, його фізичних і розумових здібностей залежить якість товару - фахівця. Не слід вважати, що мотивація молоді до навчання, не працевлаштованість фахівців, не конкурентоспроможність випускників як на державному, так і на міжнародному ринках праці є тільки проблемою та обов'язком держави чи ВНЗ. Гадається, ця проблема має значно глибше коріння - сім'я, родина. Якщо з дитинства в родині

виховують відповідальність за власні дії, вчинки, задоволення потреб та інше, то дитина гарно навчається, досягає кар'єрного зростання, зуміє забезпечити себе всім необхідним. Коли ж у сім'ї не привита любов до близьких, відповідальність за них, обов'язок і вміння допомагати рідним, а сформовані лише споживацькі настрої, то ні школа, ні ВНЗ, ні держава не змінить такого виховання, бо воно закладається у молодшому дитячому віці. Зазначені інститути можуть допомогти розвинути бажання учня здобути професію, підготувати випускників до ефективної самостійної діяльності, до майбутнього працевлаштування та досягнення ними певної кар'єри. Але для цього необхідно принаймні бажання молодшої людини хотіти здобути професію, самостійно діяти, працевлаштуватися, побудувати свою кар'єру тощо. Можна навести багато прикладів, коли випускники різних навчальних закладів побудували блискучу кар'єру, досягай високих успіхів. Разом з тим у цих же вишах навчалися і такі, які ходять без роботи і стверджують, що не можуть її знайти; «скаржаться» на державу, що не забезпечила його робочим місцем, а також на ВНЗ, що дав погані знання і тощо.

Наразі точиться чимало дискусій навколо ювенальної юстиції. Її впровадження не покращить життя українського народу, але значно поглибить проблеми навчання і виховання молоді та відповідальності за власні дії, її підготовки до життя, соціального захисту населення, підніме рівень злочинності та посилить кримінальну ситуацію; створить багато нових проблем, про які ми сьогодні навіть не хочемо говорити.

Вищий навчальний заклад як підприємство з продукування фахівців має здійснювати стратегічне планування своєї діяльності. Останнє стає особливо актуальним в умовах економічної та демографічної криз, коли чітко виділяються всі сильні та слабкі сторони конкурентів, загострюється боротьба за предмет праці - за абітурієнта. Основною метою вишу в конкурентному середовищі стає виживання. Чітко продумана стратегічна мета ВНЗ має передбачити у подальшій його діяльності такі конкурентні переваги, які б забезпечили унікальність навчального закладу. Оскільки стратегічні чинники успіху базуються на суб'єктивному, а не на об'єктивному сприйнятті абітурієнтом конкурентних переваг, то задовольнити специфічні потреби абітурієнта може тільки унікальність навчального закладу чи окремої спеціальності.

Формуючи власну конкурентоспроможність, вищий навчальний заклад як підприємство основну увагу має приділити конкурентним перевагам, які формуються на базі внутрішніх чинників, передусім його власний конкурентний потенціал: наближення підготовки майбутніх фахівців до роботи в реальних умовах; підвищення спо-

живної якості спродукованого товару; підвищення рівня використання спродукованого товару через працевлаштування своїх випускників.

Таким чином можна стверджувати, що коло проблем вишів не обмежується наведеними, але зазначені стосуються кожного ВНЗ.

Вперше зроблена спроба розглянути діяльність вищого навчального закладу як підприємства, що створює товар «освітня послуга», який є засобом впливу на специфічний «предмет праці» - студента і продукує «продукт праці» - фахівця.

Серед порушених питань особливе місце відводиться сім'ї, родині, де формуються первинні поняття, які вища школа має розвивати, а не формувати: відповідальність, самостійність, виховати необхідну мотивацію майбутнього працівника до активної самостійної роботи, сформувати реальний попит з боку дитини на здобуття професії, бажання самому забезпечувати себе, створювати власний добробут і добробут родини, уміння досягати кар'єрного зростання.

Розв'язання зазначених проблем допоможе вищому навчальному закладові отримати кращі конкурентні переваги на національному та міжнародному ринку освітніх послуг у боротьбі за абітурієнта як майбутній предмет праці та підвищить споживну вартість спродукованого товару - фахівця.

Список використаних джерел

1. Богиня Д.П. Конкурентоспроможність і трудовий менталітет людського потенціалу в перехідній економіці України. //Соціально-економічний розвиток України в XXI столітті: проблеми, пріоритети і перспективи. Вісник КПНУ імені Івана Огієнка. Економічні науки. За матеріалами 2 міжнародно-практичної конференції 23-24 квітня 2009 р. - Кам'янець-Подільський: видавець Зволейко Д.Г. 2009. - С. 125-132.
2. Каньоса М.І. До проблеми формування людського капіталу в умовах кризової економіки через призму інституційних вимог /М.І.Каньоса, А.М.Каньоса //Соціально-економічний розвиток України в XXI столітті: проблеми, пріоритети і перспективи. Вісник КПНУ імені Івана Огієнка. Економічні науки. За матеріалами 2 міжнародно-практичної конференції 23-24 квітня 2009 р. - Кам'янець-Подільський: видавець Зволейко Д.Г. 2009. - С. 133-138.
3. Конкурентоспроможність у сфері праці. 36.наук.праць /НАН України - Ін-т Економіки. Відп.ред. Д.П.Богиня. - Київ, 2000. - 163 с.
4. Мотиваційний механізм формування конкурентоспроможності робочої сили: Наукове видання. /Відп.ред. Д.П.Богиня. - Київ: /Ін-т Економіки НАН України, 2002. - 188 с.

5. Мороз Осип. Думки. Концепції. Дії. /Видання друге, доповнене. - Київ: Авокадо. 2005. - 140 с.
6. Україна у вимірі економіки знань. /За ред. акад. НАН України В.М.Гейця. - К.: Основа, 2006. - 592 с.
7. Формування конкурентоспроможності робочої сили //Зб.наук.праць Ін-т Економіки НАН України. /Відп.ред. Д.П.Богиня. - Київ, 2005. - 160 с.
8. Хаг П. Маркетинговые исследования: руководство по планированию, методологии и оценке: Пер. с 3-го англ. изд. - К.: Знання-Прес, 2005. - 418 с.

Annotation. An attempt to clarify the new approach to higher education in the market and finding optimal ways to improve its competitiveness in the period of demographic crisis.

Key words: competitiveness; good «educational service»; university - the company that produces goods «educational service»; entrant - specific «subject of labor» in the activities of universities, students, professionals.

УДК 331.101.262.

І.П. Мойсеєнко, д.е.н., доцент,

Львівський державний університет внутрішніх справ, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ВИМІРЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядаються підходи до оцінки рівня економічної безпеки підприємства. Пропонується визначення рівня безпеки на основі використання оцінок параметрів фінансового потенціалу підприємства.

Поєднання моделей використання фінансового потенціалу з принципами аналізу Парето забезпечує комплексність оцінки рівня фінансово-економічної безпеки підприємства.

***Ключові слова:** фінансово-економічна безпека , фінансовий потенціал, види фінансового потенціалу, оцінка рівня фінансової безпеки*

Вступ. Проблема оцінки станів функціонування суб'єктів господарювання (видів діяльності), виміру досягнутих рівнів їхнього розвитку, якості й безпеки, по суті є частиною більше загального завдання дослідження складних багатогранних явищ у соціальних системах. До числа багатогранних явищ, які можна виділити й досліджу-