

ШЕВЧЕНКО

Інна Юріївна
shevchenko.khnadu@gmail.comд.е.н., доцент, зав. кафедри,
Харківський національний
автомобільно-дорожній
університет

УДК 339.13:378

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ЕСЕНЦІАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

COMPETITIVENESS OF INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION: ESSENTIAL CHARACTERISTICS

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.2\(1\).4](https://doi.org/10.37634/efp.2021.2(1).4)

ЦЕМА

Валерія Євгеніївна

здобувач, Харківський
національний автомобільно-
дорожній університет**SHEVCHENKO Inna Yuriivna** – Doctor of Economics, Associate Professor, Head of department, Kharkiv National Automobile and Highway University**TSEMA Valeriia Yevheniivna** – applicant, Kharkiv National Automobile and Highway University

У статті авторами надано есенціальну характеристику категорії «конкурентоспроможність закладу вищої освіти» як здатності закладу вищої освіти в даний момент часу та в майбутньому здобувати переваги у конкурентній боротьбі на ринку освітніх послуг завдяки ефективним управління внутрішніми ресурсами й резервами навчально-методичної та наукової діяльності, адаптації до зовнішніх чинників, найбільш повному задоволенню попиту здобувачів вищої освіти інноваційними освітніми послугами з метою досягнення стратегічних цілей.

* * *

Introduction. There is a stereotype in society that such areas as education are “public”, so far from market conditions. In fact, such operating conditions are more typical of secondary education institutions, while institutions of higher education today are placed in conditions of fierce competition for the contingent. Today, not all domestic institutions of higher education can withstand ever-increasing competition in the market of educational services. Given the urgent need to ensure the competitiveness of domestic institutions of higher education, scientists usually prefer methodological and applied rather than theoretical aspects of this issue. Therefore, even in the scientific literature there is actually no significant theoretical basis for the essential definitions of the category “competitiveness of institution of higher education”.

The purpose of the paper is providing an essential characteristics of the category “competitiveness of institution of higher education”.

Results. Applying the method of analysis and synthesis, step by step work on the analysis and generalization of definitions of the category “competitiveness of the enterprise” and further adaptation of the concept to the essential characteristics of the category “competitiveness of institution of higher education” is done.

Conclusion. The following definition of “competitiveness of institution of higher education” is provided: the ability of institution of higher education at this time and in the future to gain competitive advantage in the market of educational services through effective management of internal resources and reserves of educational-methodical and research activities, adaptation to external factors, the most complete satisfaction of the demand of higher education students with innovative educational services in order to achieve strategic goals.

Ключові слова: заклад вищої освіти, конкурентоспроможність, ринок освітніх послуг**Keywords:** higher education institution, competitiveness, market of educational services

ВСТУП

У суспільстві склався стереотип, що такі сфери, як освіта є «державними», тому далекими від ринкових умов. Насправді подібні умови функціонування є більш характерними для закладів середньої освіти, тоді як заклади фахової передвищої та, тим паче, вищої освіти сьогодні поставлені в умови жорсткої конкуренції за контингент.

Не всі вітчизняні заклади освіти витримують постійно зростаючу конкуренцію на ринку освітніх послуг.

Як свідчать дані рис. 1, з моменту здобуття Україною незалежності та дотепер спостерігається турбулентність кількості закладів фахової передвищої та вищої освіти з переважаючою тенденцією до зменшення кількості закладів фахової передвищої освіти

та зростання кількості закладів вищої освіти (яка, втім, в останні роки починає поступово зменшуватися).

У таких умовах актуалізуються дослідження конкурентоспроможності закладів освіти. Обравши за об'єкт дослідження конкурентоспроможність закладів вищої освіти, надамо есенціальну характеристику цій категорії.

МЕТА роботи полягає у наданні есенціальної характеристики категорії «конкурентоспроможність закладу вищої освіти».

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Під час проведення дослідження використано метод аналізу та синтезу, системний підхід, монографічний метод, порівняльний аналіз, метод узагальнення.

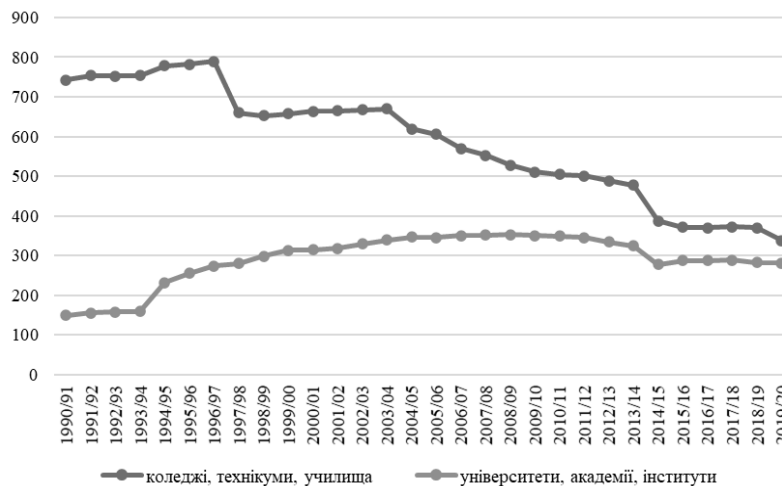


Рис. 1. Динаміка кількості закладів фахової передвищої та вищої освіти в Україні в період 1990–2020 рр.
[побудовано авторами за даними [1]]

РЕЗУЛЬТАТИ

Попри специфічність об'єкта дослідження, неможна стверджувати, що вітчизняними науковцями ігноруються питання конкурентоспроможності закладів вищої освіти. Особливо слід виділити перспективні розробки для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняними закладами вищої освіти, які пропонують такі дослідники як О. Драган [2], М. Барвінок [3], О. Сорока, М. Кривцова [4], Г. Чекаловська [5], М. Колодяжна, В. Польова [6], Л. Штефан [7], О. Карпенко, В. Гатченко [8] та ін.

Проте, враховуючи нагальну необхідність забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних закладів вищої освіти, науковцями зазвичай віддається перевага методико-прикладним, а не теоретичним аспектам цього питання. Тому й наразі у науковій літературі фактично відсутня вагома теоретична база есенціальних дефініцій категорії «конкурентоспроможність закладу вищої освіти».

З огляду на зазначене використаємо метод аналізу та синтезу, поетапно виконавши роботи з аналізу й узагальнення дефініцій категорії «конкурентоспроможність підприємства» та подальшої адаптації поняття до есенціальної характеристики категорії «конкурентоспроможність закладу вищої освіти».

Застосування монографічного методу дозволило виявити наступні аспекти сучасної (2016–2019 рр.) есенціальної характеристики категорії «конкурентоспроможність підприємства» (табл. 1).

ВИСНОВКИ

На підставі синтезу виявлених особливостей есенціальної характеристики категорії «конкурентоспро-

можність підприємства» можна дійти висновку, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства на даний момент часу та у майбутньому здобувати переваги у конкурентній боротьбі на ринку завдяки ефективному управлінню внутрішніми ресурсами й резервами, адаптації до зовнішніх чинників, найбільш повному задоволенню попиту споживачів інноваційними товарами з метою досягнення стратегічних цілей.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про вищу освіту», заклад вищої освіти – це окремий вид установи, яка є юридичною особою приватного або публічного права, діє згідно з виданою ліцензією на провадження освітньої діяльності на певних рівнях вищої освіти, проводить наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечує організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їхніх покликань, інтересів і здібностей [18].

Адаптуючи попередньо надану есенціальну характеристику категорії «конкурентоспроможність підприємства» до особливостей функціонування закладів вищої освіти, надамо таку дефініцію «конкурентоспроможність закладу вищої освіти» – це здатність закладу вищої освіти в даний момент часу та в майбутньому здобувати переваги в конкурентній боротьбі на ринку освітніх послуг завдяки ефективним управлінню внутрішніми ресурсами й резервами навчально-методичної та наукової діяльності, адаптації до зовнішніх чинників, найбільш повному задоволенню попиту здобувачів вищої освіти інноваційними освітніми послугами з метою досягнення стратегічних цілей.

Таблиця 1

Монографічний аналіз есенціальної характеристики категорії «конкурентоспроможність підприємства»

[розроблено авторами]

Автор (-ри)	Дефініція	Коментар
1	2	3
О. Єлець [9]	суперництво, боротьба за досягнення найкращих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення та реалізація конкурентоспроможної продукції й отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності.	відмічається той факт, що конкурентоспроможність підприємства досягається у суперництві та боротьбі з конкурентами на ринку.

Продовження табл. 1

1	2	3
I. Кліменко [10]	реальна та потенційна спроможність підприємства вести активну конкурентну боротьбу, протистояти впливу факторів зовнішнього середовища, виготовляти та збувати конкурентоспроможні товари та/або послуги, здійснюючи ефективну діяльність в умовах ринкових відносин.	зазначається на тому, що підприємство протистоїть не лише конкурентам, а й іншим факторам зовнішнього середовища.
С. Крупіна, Н. Яблонська [11]	здатність підприємства в сучасних умовах проектувати, виробляти та реалізовувати продукцію, яка за багатьма характеристиками є інноваційною та більш привабливою для споживачів, ніж товари конкурентів.	наголошується на інноваційності товару (продукції, послуг, робіт) як умови конкурентоспроможності підприємства.
В. Охота, Т. Сагайдак [12]	здатність проявляти гнучкість та адаптивність до постійних змін зовнішнього середовища з метою збільшення або збереження частки ринку.	вказується на гнучкість і адаптивність підприємства як умови його конкурентоспроможності.
К. Новікова [13]	фактична наявність конкурентних переваг та стратегічні напрями їх використання під впливом факторів зовнішнього середовища та з урахування факторів внутрішнього середовища.	відмічається дуальність умов досягнення конкурентоспроможності підприємством: внутрішніх умов і зовнішніх умов.
С. Безродна [14]	здатність суб'єктів економічної діяльності пристосовуватись до нових видів діяльності, використовувати свої конкурентні переваги й перемагати у конкурентній боротьбі, максимально ефективно використовувати ресурси, резерви, потенціал, можливості та якомога повніше задовольняти потреби споживачів шляхом стратегічного аналізу.	акцентується увага на тому, що конкурентоспроможність потребує максимально ефективного використання не лише ресурсів, а й резервів, потенціалу та можливостей.
О. Вараксіна [15]	здатність підприємства як у даний момент, так і перспективі мати пріоритетні переваги за рівнем задоволення результатом своєї діяльності споживача, за ефективністю господарської діяльності на внутрішньому й зовнішньому ринку порівняно з іншими суб'єктами господарської діяльності.	зазначається на тому, що конкурентоспроможність передбачає досягнення переваги не лише в даний момент часу, а в майбутньому.
О. Макух [16]	здатність підприємства реалізовувати з найвищою результативністю сформований потенціал в умовах взаємодії із суб'єктами зовнішнього конкурентного середовища, спрямованого на досягнення головної мети.	акцентується увага на тому, що конкурентоспроможність – це інструмент і умова досягнення стратегічної мети підприємства.
Є. Чернявська, М. Касаткіна [17]	здатність виготовляти продукцію, що користується попитом у споживачів, й отримувати на цій підставі прибуток як умови економічного розвитку підприємства.	відмічається, що ключовий індикатор конкурентоспроможності підприємства – це попит споживачів на його продукцію.

Список використаних джерел

1. Заклади вищої освіти. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ_2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.xls
2. Драган О.І. Удосконалення управління вищим навчальним закладом в умовах зростання конкуренції на ринку освітніх послуг. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2017. Т. 23. № 3. С. 58–64.
3. Барвінок М.В. CRM-рішення як ключовий фактор підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти. *Економічні горизонти*. 2018. № 1. С. 107–112.
4. Сорока О.В., Кривцова М.С. Бренд закладу вищої освіти – основа конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 19(3). С. 65–70.
5. Чекаловська Г.З. Бенчмаркінг як метод підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 35(2). С. 76–79.
6. Колодяжна М., Польова В. Безперервний моніторинг якості університетської освіти як фактор забезпечення конкурентоспроможності вищого навчального закладу на ринку освітніх послуг. *Новий Колегіум*. 2018. № 3. С. 48–51.
7. Штефан Л.В. Інноваційне середовище сучасного закладу вищої освіти як об'єкт конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 2019. № 62. С. 15–23.
8. Карпенко О., Гатченко В. Удосконалення системи мотивації праці в закладах вищої освіти з метою

підвищення конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. *Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій. Серія: Економіка й управління*. 2019. Вип. 43–44. С. 79–86.

9. Єлєць О.П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 1. С. 58–64.

10. Кліменко І.М. Генезис сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. *Економічний вісник університету*. 2016. Вип. 31(1). С. 143–150.

11. Крупіна С., Яблонська Н. Система управління конкурентоспроможністю підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2016. № 4. С. 133–143.

12. Охота В.І., Сагайдак Т.Я. Чинники підвищення конкурентоспроможності підприємства сфери послуг. *Бізнес Інформ*. 2016. № 2. С. 193–197.

13. Новікова К.В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та зміст. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип. 34. С. 201–207.

14. Безродна С.М. Сутність та атрибути поняття конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. *Інтелект XXI*. 2018. № 6. С. 44–48.

15. Вараксіна О.В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, виміри та чинники. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 4. С. 12–16.

16. Макух О.І. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. *Вісник*

ХНАУ. Серія: Економічні науки. 2019. № 4(2). С. 139–146.

17. Чернявська С.І., Касаткіна М.В. Поняття й сутність конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2019. № 4(2). С. 114–118.

18. Закон України «Про вищу освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>

References

1. Institutions of higher education. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.xlsx (in Ukrainian).

2. Drahan O.I. Improving the management of higher education institution in the conditions of growing competition in the market of educational services. *Scientific works of the National University of Food Technologies*. 2017. Issue 23. № 3. pp. 58–64. (in Ukrainian).

3. Barvinok M.V. CRM-solutions as a key factor in increasing the competitiveness of higher education institutions. *Economic horizons*. 2018. № 1. pp. 107–112. (in Ukrainian).

4. Soroka O.V., Kryvtsova M.S. The brand of a higher education institution – the basis of competitiveness in the market of educational services. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*. 2018. Issue 19(3). pp. 65–70. (in Ukrainian).

5. Chekalovska H.Z. Benchmarking as a method of increasing the competitiveness of higher education institutions. *Black Sea Economic Studies*. 2018. Issue 35(2). pp. 76–79. (in Ukrainian).

6. Kolodiazhna M., Polova V. Continuous monitoring of the quality of university education as a factor in ensuring the competitiveness of higher education institution in the market of educational services. *New Collegium*. 2018. № 3. pp. 48–51. (in Ukrainian).

7. Shtefan L.V. The innovative environment of a modern higher education institution as an object of competitiveness in the market of educational services. *Problems of engineering and pedagogical education*. 2019. № 62. pp. 15–23. (in Ukrainian).

8. Karpenko O., Hachenko V. Improving the system of labor motivation in higher education institutions in order to increase competitiveness in the market of educational services. *Collection of scientific works of the State University of Infrastructure and Technologies. Series: Economics and Management*. 2019. Issue 43–44. pp. 79–86. (in Ukrainian).

9. Yelets O.P. The essence of competition and competitiveness of the enterprise. *Economic Bulletin of the Zaporozhye State Engineering Academy*. 2016. Issue 1. pp. 58–64. (in Ukrainian).

10. Klimenko I.M. Genesis of essence and interpretation of the concept of enterprise competitiveness. *Economic Bulletin of the University*. 2016. Issue 31(1). pp. 143–150. (in Ukrainian).

11. Krupina S., Yablonska N. Enterprise competitiveness management system. *Scientific Bulletin of Odessa National Economic University*. 2016. № 4. pp. 133–143. (in Ukrainian).

12. Okhota V.I., Sahaidak T.Ia. Factors for increasing the competitiveness of enterprises in the service sector. *Business Inform*. 2016. № 2. pp. 193–197. (in Ukrainian).

13. Novikova K.V. Competitiveness of the enterprise: essence and content. *Bulletin of Priazovsky State Technical University. Series: Economic Sciences*. 2017. Issue 34. pp. 201–207. (in Ukrainian).

14. Bezrodna S.M. The essence and attributes of the concept of competition and competitiveness of the enterprise. *Intellect XXI*. 2018. № 6. pp. 44–48. (in Ukrainian).

15. Varaksina O.V. Competitiveness of the enterprise: essence, measurements and factors. *Problems of system approach in economy*. 2018. Issue 4. pp. 12–16. (in Ukrainian).

16. Makukh O.I. Research of essence and interpretation of the concept of enterprise competitiveness. *Bulletin of KhNAU. Series: Economic Sciences*. 2019. № 4(2). pp. 139–146. (in Ukrainian).

17. Cherniavska Ye.I., Kasatkina M.V. The concept and essence of enterprise competitiveness. *Bulletin of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*. 2019. № 4(2). pp. 114–118. (in Ukrainian).

18. Law of Ukraine «On Higher Education». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (in Ukrainian).