

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 338.46:37

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.61-1>

Мицюк С.В.

кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Mytsiuk Svitlana

Candidate of Economic Sciences,
Senior Researcher

Taras Shevchenko National University of Kyiv

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ АДАПТИВНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНОСТІ ЗВО

Мицюк С.В. Формування конкурентного середовища у сфері вищої освіти: підвищення рівня адаптивності та інноваційності ЗВО. У статті показано, що більш пристосованою до умов ринкової економіки в системі національної освіти стала сфера вищої освіти й її заклади, які виступають як активний суб'єкт ринкової економіки, що мають науково-інтелектуальний і креативний потенціал порівняно з іншими галузями і суб'єктами економіки, які більш швидко адаптувалися до ринкових відносин і почали працювати на соціальне замовлення. Розглянуто конкурентоспроможність як систему відносин, пов'язану з функціональним результатом використання комплексу внутрішніх і зовнішніх чинників дії конкуренції на різних рівнях і стадіях відтворювального процесу освітніх послуг. Показано наростання і загострення міжуніверситетської конкуренції, яка пов'язана не тільки зі збільшенням кількості спеціальностей однакового профілю. Визначено роль і значення підвищення якості, властивості або корисності освітніх послуг із погляду їх здатності задовольняти конкретну потребу. Висвітлено важливість рівня адаптивності та інноваційності університетів як чинників забезпечення конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентне середовище, ЗВО, адаптивність, інноваційність.

Мицюк С.В. Формирование конкурентной среды в сфере высшего образования: повышение уровня адаптивности и инновационности ЗВО. В статье показано, что более приспособленной к условиям рыночной экономики в системе национального образования стала сфера высшего образования и ее заведения, которые выступают как активный субъект рыночной экономики, имея научно-интеллектуальный и креативный потенциал по сравнению с другими отраслями и субъектами экономики, которые более быстро адаптировались к рыночным отношениям и начали работать на социальный заказ. Рассмотрена конкурентоспособность как система отношений, связанная с функциональным результатом использования комплекса внутренних и внешних факторов действия конкуренции на различных уровнях и стадиях воспроизводственного процесса образовательных услуг. Показано нарастание и обострение междууниверситетской конкуренции, которая связана не только с увеличением количества специальностей одинакового профиля. Определены роль и значение повышения качества, свойства или полезности образовательных услуг с точки зрения их способности удовлетворять конкретную потребность. Обозначена важность уровня адаптивности и инновационности университетов как факторов обеспечения конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная среда, ЗВО, адаптивность, инновационность.

Mytsiuk Svitlana. Formation of a competitive environment in the field of higher education: increasing the level of adaptability and innovativeness of higher education institutions. The article shows the sphere of education in the system of the national economy as clearly isolated into a separate independent branch of the economy, which reflects a whole range of relations associated with the production and provision of educational services. It was determined that the sphere of higher education and its institutions, which act as an active subject of the market economy, having scientific, intellectual and creative potential in comparison with other industries and subjects of the economy, which more quickly adapted to market relations and began to work for a social order. Competitiveness is considered as

a system of relations associated with the functional result of using a complex of internal and external factors of competition at various levels and stages of the reproductive process of educational services. The growth and aggravation of interuniversity competition is shown, which is associated not only with an increase in the number of specialties of the same profile. The role and importance of improving the quality, properties or usefulness of educational services in terms of their ability to satisfy a specific need are determined. It has been determined that the most competitive are those institutions where the work of all structures and members of the labor collective is best organized. Trends in the development of the sphere of higher education in modern conditions are analyzed and it is shown that as it develops, the competitive environment is manifested by the sustainability of the implementation of the socio-economic functions of universities in the direction of the development and socialization of the individual, his spiritual, moral and creative development, as well as the economic reproduction of highly qualified specialists, working strength for various sectors of the economy. The importance of the level of university adaptability as a factor in ensuring competitiveness is indicated. It has been determined that adaptation causes quantitative and qualitative changes in the factors of the internal environment of an economic entity (its production and organizational structure).

Key words: competition, competitiveness, competitive environment, higher education institutions, adaptability, innovativeness.

Постановка проблеми. Нині дуже актуальним стає питання дослідження особливостей формування конкурентного середовища та організаційних економічних механізмів забезпечення конкурентоспроможності ЗВО і підвищення якості послуг, які вони надають. На ринку освітніх послуг у сегменті вищої освіти склалася ситуація, за якої не лише абітурієнти конкурують один з одним за можливість навчатися у вибраному ЗВО переважно на бюджетній основі, а й самі університети ведуть боротьбу за абітурієнтів, здатних успішно освоювати освітні програми і готових сплачувати за своє навчання. Стабільне надходження залучених фінансових коштів в умовах обмеженого бюджетного фінансування на тлі інституційних змін, які відбуваються в державі, дає змогу ЗВО зберігати ринкову стійкість і успішно розвиватися, маючи економічно кваліфікованих та компетентних випускників.

Зростаюча конкуренція на ринку освітніх послуг орієнтує вищі навчальні заклади на розроблення таких стратегій і програм, які дає змогу максимально трансформувати потенційні конкурентні переваги ЗВО в реальні на конкретних сегментах ринку з урахуванням статусу університету і масштабу розв'язуваних їм завдань. Із цього погляду проблема формування конкурентної стратегії українських університетів є не просто актуальною, вона стає чинником виживання.

З іншого боку, підвищення конкурентоспроможності ЗВО є пріоритетним напрямом державної освітньої політики, що забезпечує перехід економіки України на інноваційний шлях розвитку. Правильний вибір і реалізація університетом конкурентної стратегії підвищують якість освітньої системи у цілому і позитивно позначається на конкурентоспроможності національної економіки.

Незважаючи на досить велику кількість наукових робіт, присвячених питанням конкурентоспроможності освітніх установ, їх аналіз підтверджує необхідність більш глибоких досліджень, пов'язаних із розвитком механізмів формування конкурентних стратегій закладів вищої освіти. Публікації зарубіжних авторів не враховують специфіку вітчизняної освітньої сфери, а у вітчизняній науковій літературі залишаються недостатньо опрацьованими методичні аспекти стратегічного розвитку в умовах системної трансформації.

Таким чином, вирішення проблеми побудови інноваційно орієнтованої економіки неможливо без резуль-

тативної підготовки системою вищої освіти компетентних кадрів, що в умовах розвитку конкуренції на ринку освітніх послуг вимагає від університетів уміння формувати конкурентне середовище та розробляти ефективні конкурентні стратегії і робить тему статті актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Витоки економіки освіти можна знайти в роботах А. Сміта, А. Маршалла, У. Петті, Ж. Фішера. Вагомий внесок в обґрунтування ролі освіти в забезпеченні стабільного розвитку економіки здійснили такі зарубіжні вчені, як Р. Андрсен, Г. Бекер, Х. Боуен, Е. Денісон, Г. Іцковіц, С. Костанян, М. Квіск, Я. Мінсер, Дж. Ньюмен, М. Портер, Дж. Стігліц, А. Дж. Стрікланд, А. Томпсон, М. Хайдегер, Т. Шульц та ін.

Протягом усього часу формування українського ринку підтримується інтерес дослідників до економічного аналізу процесів входження системи освіти в конкурентні відносини. Серед українських учених окремими питаннями управління й оцінки конкурентоспроможності ЗВО з метою орієнтації на стратегічні аспекти розвитку займалися В. Андрущенко, Л. Антошкіна, Ю. Бажал, Т. Боголюб, В. Геєць, М. Згуровський, І. Каленюк, І. Малик, А. Чухно та ін.

Визнаючи безумовну значимість робіт даних авторів, необхідно відзначити відсутність єдиного методологічного підходу до формування конкурентної стратегії університету. Проблема формування конкурентного середовища ЗВО залишається актуальною і вимагає додаткового дослідження, враховуючи її більшу практичну значимість для розвитку реформованої системи вищої освіти.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є дослідження методологічних і організаційно-економічних основ, що забезпечують формування конкурентного середовища у сфері вищої освіти шляхом підвищення рівня адаптивності та інноваційності ЗВО.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки важливим чинником підвищення конкурентоспроможності суб'єктів сфери вищої освіти є адаптивність та інноваційність. Для виживання, адаптації та розвитку ЗВО повинні бути здатні до самостійної, раціональної і цілеспрямованої економічної поведінки, орієнтовані на конкурентний ринок, уміти самостійно вести розширене відтворення. У зв'язку із цим великого значення набуває адаптаційний потенціал закладів сфери вищої освіти.

Слід зазначити, що теорія адаптації отримала свій розвиток у рамках загальної теорії систем, тим самим узагальнюючи досвід природничих і соціогуманітарних наук із дослідження проблем пристосованості до складних мінливих умов середовища. Застосування положень теорії адаптації до дослідження соціально-економічних систем виникло в 20-х роках минулого століття [1]. У сучасних умовах поштовхом до активного застосування теорії адаптації послужили проблеми 70-х років минулого століття, пов'язані з необхідністю переходу суб'єктів економіки на інноваційний шлях розвитку. Тут головний акцент робився на формування механізмів прискореного розвитку господарюючих суб'єктів в умовах зростаючих темпів науково-технічного прогресу. В умовах перехідної економіки, де відбувалося руйнування старої системи і формування принципів нових економічних відносин, розширилося використання теорії адаптації для вирішення кола проблем. У цьому перехідному процесі багато положень теорії адаптації модифіковані та включені в теорію перехідної економіки. Питання адаптації економічних систем до умов зовнішнього оточення стали актуальними і в посткризовий період у зв'язку з необхідністю якнайшвидшого відновлення окремих господарюючих суб'єктів і виходу на траєкторію прискореного розвитку на базі інноваційних технологій.

В економічній літературі існує велика кількість визначень поняття «адаптація». Наприклад, у словнику «Математика і кібернетика в економіці» адаптація визначається як «здатність системи виявляти цілеспрямоване пристосування поведінки в складних середовищах, а також сам процес такого пристосування» [2]. «Процес пристосування соціально-економічної системи до нових умов функціонування називається адаптацією» [3]. І.В. Блауберг та Є.Г. Юдін дають такі визначення: «Адаптація системи характеризується як її здатність зберігати свої основні функції за зміни факторів зовнішнього середовища»; або: «Адаптація – здатність системи до сталого розвитку в умовах мінливих «правил гри», в умовах нестабільного середовища функціонування» [4]. У цих визначеннях існують загальні основи, тобто пристосування до нових зовнішніх умов.

Адаптація викликає кількісні й якісні зміни чинників внутрішнього середовища господарюючого суб'єкта (його виробничої та організаційної структури), які спрямовані на організацію ефективної діяльності суб'єкта в умовах кількісної та якісної зміни чинників зовнішнього середовища.

У всіх вищевказаних визначеннях адаптації є спільна риса: адаптація передбачає збереження основної функції соціально-економічної системи (господарюючого суб'єкта), а основна функція системи зберігається за кількісної й якісної зміни чинників внутрішнього і зовнішнього середовища її функціонування. Доцільним було б включити у визначення адаптації такий важливий момент, як зміна комплексу соціальних відносин у системі, оскільки зміни зовнішнього середовища найчастіше ведуть до зміни не лише організаційно-економічних механізмів, а й системи соціальних відносин у колективі працівників. Адаптація до нових умов повинна припускати досягнення трудовим колективом деяких адекватних даним умовам відносин.

Узагальнюючи всі вищевказані положення, конкретно для закладів сфери вищої освіти можна про-

понувати таке визначення поняття адаптації: це процес зміни чинників внутрішнього середовища ЗВО з метою забезпечення ефективного виробництва і реалізації результатів праці (освітні послуги), досягнення фінансової стійкості, підтримки стабільної системи соціальних відносин, які забезпечують високий рівень самореалізації працівників в умовах зміни чинників зовнішнього середовища. Тобто адаптивність організації – це властивість пристосованості як форма відносин організації із зовнішнім середовищем, як процес внутрішньоорганізаційної перебудови.

Для характеристики адаптивності освітньої системи необхідно звернути увагу на такі ключові аспекти. Перший аспект пов'язаний зі збереженням конкурентоспроможності суб'єкта сфери вищої освіти як суб'єкта ринку освітніх послуг. У цьому аспекті адаптивність передбачає забезпечення економічної безпеки закладів сфери вищої освіти:

- продовження освітньої та науково-дослідної діяльності;
- фінансово-господарські та управлінські процеси;
- підтримання ефективності діяльності як в аспекті конкурентоспроможності, так і в аспекті співвідношення витрат і результатів;
- забезпечення соціального відтворення: створення умов, які забезпечують зростання професійної кваліфікації й поліпшення соціальної самоідентифікації працівників та ін.

Другий аспект у визначенні адаптації – це зміна характеру відносин внутрішнього середовища із зовнішнім середовищем. Зовнішнє середовище ЗВО також складається з двох сфер: макрооточення, або макросередовище, та мікросередовище.

Макросередовище ЗВО включає:

- політичні процесії – державна політика у сфері освіти, нормативно-правове забезпечення функціонування суб'єктів сфери вищої освіти і т. д.;
- економічна політика держави: податкова, бюджетна і т. д.;
- соціальні відносини: соціальна політика у сфері зайнятості, організація ринку праці, існуючі системи оплати праці, професійні та соціальні пільги і т. д.;
- демографічна ситуація, динаміка і структура населення в країні і регіонах;
- стан інноваційних процесів, які визначають зміни в структурі виробництва і зайнятості відповідно до змісту освітніх процесів, напрямів та спеціальностей підготовки фахівців, а також матеріально-технічної та інформаційної бази університету і характеру технологій.

У мікросередовище ЗВО входять різні суб'єкти економіки, які вступають у зв'язки і відносини з університетами в рамках ринку освітніх послуг. Тут, перш за все, маються на увазі інститути ринку освітніх послуг: інститути державної влади, суб'єкти фінансово-кредитного сектора економіки, постачальники матеріально-технічних і інформаційних ресурсів, установи системи загальної, середньої та середньо-професійної освіти, різні категорії споживачів освітніх послуг, інститути громадського контролю системи вищої освіти і т. д. В умовах існування постійного впливу зовнішнього середовища адаптивність закладів вищої освіти повинна забезпечити університет оптимальною поведінкою в умовах, що змінилися, і шукати нові принципи взаємодії з контрагентами мікрооточення.

Третій аспект – це трансформація ЗВО, тобто зміна організаційної структури та інституційно-економічних механізмів господарських процесів. Узагальнюючи вищевказані ключові аспекти, адаптивність вишу можна розглядати як забезпечення конкурентоспроможності університету в умовах зміни зовнішнього середовища на основі трансформації характеру відносин із зовнішнім середовищем і реструктуризації внутрішньої структури та господарсько-економічних процесів закладів вищої освіти.

Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності ЗВО є інноваційність, яку можна охарактеризувати як здатність університету синтезувати і реалізовувати новачі у сфері виробництва освітнього продукту, а також у сфері технологій освітніх процесів, у сфері організації та управління університетом. Варто зазначити, що система освіти як галузь економіки є однією з найбільш інноваційних галузей. Саме ця сфера визначає створення інноваційного клімату та конкурентоспроможності економіки країни. Насправді, швидкість та ефективність інноваційних процесів у різних секторах економіки істотно залежать від характеру та ефективності інноваційної діяльності в системі освіти. У результаті здійснення і поширення інновацій у сфері освіти формується нова національна інноваційна система.

У літературі з економіки зустрічаються різні визначення інновації. Акцентуємо увагу на тих напрямках, які більше підходять до сфери освіти. Перший напрям – поняття «інновація» застосовується для характеристики використання будь-якого об'єкта чи поведінки або як результат деякої діяльності: впровадження нового продукту і технології, нова організаційна структура та ін.

Інший напрям під терміном «інновація» розуміє процес розроблення та впровадження нового продукту і технології, нової організаційної структури та ін. Тут розглядається процес розроблення нововведення, який, окрім іншого, включає результат здійснення даного інноваційного процесу. Тому інновацію можна розглядати й як результат, й як процес.

Інновація як результат являє собою нові ідеї, втілення яких призводить до підвищення суспільної цінності [5]. Ці ідеї повинні бути новими і корисними, бути прийнятими й утілені в процесі практичної діяльності. Іншими словами, інновацією вважається втілена ідея, яка дала позитивний результат. Таке визначення інновації підтримується в рамках Європейського проекту PUBLIN із дослідження інновацій. «Інновацією є впровадження та реалізація соціальним агентом нової специфічної форми або набір соціальних дій, які здійснюються ним навмисно в контексті його цілей і функцій» [6]. У цьому визначенні інновація виступає як поведінковий вираз орієнтира і цілей державного або соціального агента. Інновація як процес, не заперечуючи необхідності отримання результату, робить головний акцент на процес оновлення і безперервного поліпшення. Із погляду інновації як процесу в термін «інновація» включаються зміни в інституційній та організаційній структурі, які в сукупності роблять функціонування, наприклад суб'єктів сфери освіти (ЗВО), ефективним і успішним у виконанні свого завдання.

Інституційна структура сфери вищої освіти повинна стати чинником підвищення інноваційної діяльності та

відповідного підвищення конкурентоспроможності. Насправді, зміни потреб населення, соціальних груп суспільства, поява нових технологій і різні пріоритети, що формуються в рамках соціально-економічного та політичного процесу, створюють причини для перегляду як цілей і завдань, так і організаційних процесів.

Існують також різні підходи до класифікації інновацій у сфері освіти. Перш за все, виділяються виробничі та управлінські типи інновацій. Цей поділ проводиться за характером практичного використання інновацій. За технологічними параметрами виділяють продуктові і процесні типи інновацій. Як відомо, виробничі інновації втілюються в нових продуктах, послугах та технологіях його виробництва. Що стосується управлінської інновації, то вони являють собою нове знання, яке відбивається в нових управлінських технологіях, організаційних структурах, а також в адміністративних процесах.

До основних видів виробничих освітніх інновацій можна віднести педагогічні та технічні інновації освітнього процесу. До основних видів управлінських освітніх інновацій відносяться організаційні та економічні інновації освітнього процесу. Виробництво нових освітніх продуктів/послуг, які застосовуються в процесі освітнього процесу, називаються продуктовими освітніми інноваціями. До таких інноваційних і освітніх продуктів відносяться нові освітні програми, підготовка нових фахівців із нових напрямів науки і техніки, сучасні форми навчання та ін.

Що стосується процесних освітніх інновацій, то вони втілюються в нових елементах, уведених в освітні процеси, організаційні, управлінські, маркетингові та інші компоненти діяльності закладів вищої освіти.

Слід зазначити, що продуктові інновації орієнтовані переважно на потреби споживачів освітніх послуг, а процесні інновації спрямовані здебільшого на забезпечення ефективності виробництва і надання освітніх продуктів. Іншими словами, виробництво інноваційних освітніх продуктів пов'язане з потребами споживачів і запитамі студентів, а процесні освітні інновації спрямовані на стимулювання, перш за все, виробників послуг, підвищення ефективності їх надання. Таким чином, виробничі інновації в системі освіти можуть бути як продуктовими, так і процесними. У цьому контексті управлінські освітні інновації виступають переважно процесними.

Як впливає з логіки вищевказаних положень, адаптивність та інноваційність тісно пов'язані між собою, оскільки адаптивність характеризує реакцію закладів сфери вищої освіти на зміни зовнішнього середовища, а інноваційність становить основу такої реакції і прийнятих рішень університетами, зміни діяльності на основі освоєння нових елементів. Адаптивність відповідає необхідності організації діяльності в середовищі з устанавленими властивостями. Саме інноваційність дає змогу виявляти джерела адаптивності. Таким чином, властивості адаптивності й інноваційності визначають умови формування властивості конкурентоспроможності установ. Однак створення цих властивостей ґрунтується на деякій інтегрованій сукупності ресурсів, процесів та інструментів, які знаходяться в розпорядженні закладів вищої освіти. Саме вони (ресурси, процеси й інструменти університету) в умовах динамічної ринкової кон'юнктури визначають можливості, межі та ефективність діяльності ЗВО. Цю сукупність можна назвати діловим потенціалом ЗВО.

Компоненти ділового потенціалу є основними елементами діяльності ЗВО. У системі «діловий потенціал» можна виділити блок ресурсів, блок управління і блок маркетингу. Ці блоки охоплюють стратегічні компоненти закладів сфери вищої освіти, які дають змогу реалізувати їхню місію.

Ділова активність закладів визначається, перш за все, його фінансовими, матеріально-технічними, інформаційними, інтелектуальними, технологічними ресурсами. Ясно, що обмеженість ресурсів не дає змоги закладам сфери вищої освіти успішно реалізувати свою стратегію, навіть якщо існують сприятливі зовнішні умови.

Трудові ресурси зазвичай розглядаються як інтелектуальні, оскільки працівники університету переважно є носіями інтелекту. У блок управління включаються: структура управління, оперативне або тактичне управління, стратегічне управління, фінансове управління, управління інноваційними процесами, управління персоналом або інтелект і т. д.

У сучасних умовах в Україні конкуренція між університетами за придбання абітурієнтів загострилася, тому вітчизняні ЗВО найбільше прагнуть до організації маркетингових відносин у своїх установах і підсилюють увагу на розвиток блоку маркетингу. Маркетингове відношення включає у себе два види діяльності: дослідницьку і прикладну. У системі маркетингових відносин центральне місце займає прикладний маркетинг, який функціонує в таких напрямках:

- робота з продуктом – виробництво якісних освітніх послуг;
- удосконалення методів ціноутворення освітніх послуг;
- просування або збут, реалізація освітніх послуг і т. д.

Ці види діяльності містять у собі всі прийоми маркетингових досліджень і комунікацій: товарну політику, цінову політику, систему збуту, політику комунікацій. Добре налагоджена робота зазначених блоків в університетах досягається його конкурентоспроможністю. Адаптивність та інноваційність займають ключове місце в системі чинників підвищення конкурентоспроможності ЗВО.

Під час формування методології управління конкурентоспроможністю закладів сфери вищої освіти необхідно спиратися на теорію конкурентних переваг, розроблених М. Портером. Конкурентна перевага є важливою властивістю освітніх послуг, які створюють для університетів перевагу над своїми конкурентами. Ці властивості, або характеристики, можуть бути різними як до самої основної послуги, так і до додаткових послуг, які супроводжують базову, та до форм виробництва, збуту або продажу, специфічних для університету або послуг.

У науковій літературі зустрічаються різні класифікації конкурентних переваг. М. Портер [7] виділяє два види конкурентних переваг: низькі витрати і диференціація товару. Низькі витрати дають змогу організаціям розробляти, виробляти і реалізувати порівнюваний продукт або товар із меншими витратами, ніж у конкурента. А диференціація відображає здатність суб'єкта забезпечити покупця унікальними (більшою цінністю), у вигляді нової якості, продуктами, товарами, які мають особливі споживчі властивості або післяпродажне обслуговування. Окрім того, М. Портер зазначив п'ять основних джерел конкурентних переваг [7]:

– застосування нової технології, яка створює додаткові можливості для розроблення нового продукту/послуги, нових способів виробництва, маркетингової діяльності, які поліпшують якість послуг або супутніх послуг;

– нові запити покупців, тобто коли у споживачів послуг виникають або формуються абсолютно нові запити або змінюються їхні погляди на послуги;

– виникнення нового сегмента галузі: створюються умови і можливості знайти нові, більш ефективні технології виробництва окремих видів послуг або сформувати нові підходи до певної групи споживачів;

– відбувається зміна у вартості компонентів виробництва: перевага може виникати в результаті зміни вартості обладнання, сировини, засобів зв'язку і т. д.;

– зміна інституційної структури державного регулювання, зміна політики держави у відповідних галузях, яка створює стимул для новацій, що тягнуть за собою конкурентну перевагу.

Інший автор (Ж.-Ж. Ламбен) класифікує конкурентні переваги на зовнішні і внутрішні [8]. Конкурентну перевагу, яка виникає в результаті скорочення витрат або підвищення ефективності виробництва продукту і володіє відмінною якістю, має цінність для покупця, називають зовнішньою конкурентною перевагою. Таким чином, зовнішня конкурентна перевага збільшує «ринкову силу» організації: вона може змусити ринок прийняти ціну продажу вище, ніж у конкурента, який не має відповідних відмінних якостей продукту/послуг. Конкурентна перевага є внутрішньою, якщо перевага базується на перевазі організації щодо витрат виробництва, менеджменту або продукту, який має цінність для виробника і дає йому змогу домогтися витрат або собівартості меншими, ніж у конкурента, тоді така конкурентна перевага є внутрішньою. Таким чином, внутрішня конкурентна перевага є результатом більш високої продуктивності, яка дає змогу організації досягати велику прибутковість і стійкість до зниження ціни продажу, нав'язуваної ринком або конкурентами.

В економічній літературі існують й інші класифікації конкурентної переваги. Наприклад, Р.Л. Фатхутдінов [9] виділяє шість груп внутрішніх чинників конкурентної переваги організації: структурні, ресурсні, технічні, управлінські, ринкові, ефективно функціонуючі організації. Але тут спостерігається змішання понять «конкурентна перевага» і «фактор конкурентної переваги». У цілому запропоновані класифікації можна адаптувати до специфіки сфери освіти й особливостей освітніх послуг.

Оцінку конкурентної переваги установ сфери вищої освіти необхідно привести у відповідність з основними його компонентами. Можна визначити такі компоненти вищої школи: механізм відбору студентів; організація освітнього процесу; система управління університетом; зміст освіти; професорсько-викладацький склад; методичне забезпечення навчального процесу та освітніх технологій; механізми і методи контролю та оцінки знань; організація науково-дослідної роботи; матеріально-технічна та фінансова забезпеченість; маркетинг та ін.

Підвищення якості освітніх продуктів/послуг і затребуваність кожного випускника визначають конкурентні переваги і виступають як головний критерій конкурентоспроможності. Слід зазначити, що кадровий потенціал є головним чинником розвитку будь-

якого суспільства. Саме висококваліфіковані фахівці формують національну еліту, креативний клас як провідний клас інноваційної економіки. Установа сфери вищої освіти забезпечує відтворення цього класу, творчого шару населення, національної еліти, яка служить фундаментом будь-якої стратегії модернізації країни.

Сьогодні національна система вищої освіти стикається з новими проблемами і викликами. У пошуках джерела фінансування ЗВО вступили в реальну конкуренцію за продаж своїх послуг, які активізували адаптаційний і інноваційний процес. Ці процеси спрямували діяльність університетів на надання студентам якісного продукту: оплачувати послуги кращого професорського складу, розвивати матеріально-технічну базу, вести дослідження, здійснювати грантові та стипендіальні програми. Однак у результаті цього освіта стала доступною не лише талановитим, а й забезпеченим абітурієнтам, тим самим у вищій школі намітилася тенденція зниження якості знань студентів. Ця проблема повинна змусити нас по-новому осмислити питання фінансування освітньої системи. Тепер її опора на бюджет знижується, а перекид у бік комерціалізації освіти перешкоджає відбору абітурієнтів, негативно позначається на якості національної системи освіти, перешкоджає інноваційному розвитку економіки. У зв'язку із цим виникає питання і з'являється необхідність у пошуках нового джерела фінансування, який забезпечив би незалежність вищої школи від «спроможних» абітурієнтів.

Одним із таких способів залучення коштів в освітній сектор, який багато років практикується в європейських країнах, є фандрайзинг (від англ. Fundraising – «збір коштів»). Таким чином, фандрайзинг – процес залучення коштів від зовнішніх донорів (фізичних і юридичних осіб) із метою реалізації певних соціальних проєктів. Тому освітній фандрайзинг являє собою залучення ресурсів для розвитку університету і системи освіти у цілому.

У США найвідомішими є цільові фонди Гарвардського, Єльського, Принстонського і Стенфордського університетів. Їхній обсяг становить мільярди доларів, що дає змогу виділяти на поточні витрати до 1 млрд дол. щорічно [10]. У цих та інших прогресивних зарубіжних вищих навчальних закладах кошти, отримані від управління фондами, формують до 45% загального бюджету. У 80 університетах світу розмір капіталу ендаменту перевищує 1 млрд дол. Нерідко це навіть не єдиний фонд, а ціла система фондів, кожен з яких має власну мету: виплата стипендій або грантів викладачам, організація спортивних заходів, фінансування досліджень тощо [10]. Слід відзначити, що найважливішими благодійниками університетів є їхні випускники, благодійні фонди, підприємства – роботодавці на ринку праці. Кожна із цих груп має певні інтереси у співробітництві з університетом. Так, наприклад, випускники прагнуть стати частиною елітної групи, що піднімає їхній соціальний і кар'єрний статус, інтереси яких збігаються із цілями університету: саме їх соціальний статус визначає частку його престижу. Вони потребують як прямої підтримки з боку університету у сфері планування кар'єри та працевлаштування, так і зміцнення зв'язків між собою. Роботодавці також зацікавлені в послугах університетів під час підбору випускників-фахівців. Вони готові і до більш

тісної співпраці, спільного відкриття базових кафедр, адаптації навчальних планів до своїх потреб. І в рамках кластерної концепції університет може стати активним партнером роботодавців й у сфері підвищення якості працівників, промислового персоналу.

Великі підприємства, фонди, інститути влади цікавлять науково-практична діяльність ЗВО, їх студенти і співробітники, оскільки саме ЗВО через такі структури, як бізнес-інкубатор, технологічний парк стають центром науково-індустріального кластера. Отже, саме ці базові інтереси і дають змогу створити міцну основу для довгострокових взаємин університету зі своїми партнерами. Перехід до таких нових відносин і способів залучення ресурсів вимагає активізації адаптації до зовнішнього середовища та інноваційності закладів вищої освіти.

Висновки. 1. Заклади вищої освіти виступають як активний суб'єкт ринкової економіки, маючи науково-інтелектуальний і креативний потенціал порівняно з іншими галузями і суб'єктами економіки, швидше адаптувалися до ринкових відносин і почали працювати на соціальне замовлення.

2. Конкурентоспроможність визначається фактором зовнішнього середовища, встановлюється в рамках групи установ сфери вищої освіти, що випускають аналогічні освітні послуги. Зростають роль і значення підвищення якості, властивості або корисності освітніх послуг із погляду їх здатності задовольняти конкретну потребу.

3. Під час аналізу конкурентної переваги ЗВО необхідно спиратися на теорію ефективної конкуренції: найбільш конкурентоспроможними є ті заклади, де найкраще організована робота всіх структур і членів трудового колективу.

4. Аналіз тенденцій розвитку сфери вищої освіти в умовах зростаючих ринкових відносин показує, що у міру розвитку конкурентне середовище проявляється стійкістю реалізації соціально-економічних функцій ЗВО в напрямі розвитку і соціалізації особистості, її духовного, морального і творчого розвитку, а також економічним відтворенням висококваліфікованих фахівців, робочої сили для різних галузей економіки. Простежується поступове перетворення установ вищої освіти із бюджетних науково-освітніх установ на навчально-наукові виробничі і підприємницькі комплекси, які здійснюють взаємодію з неринковими і ринково-підприємницькими структурами.

5. В умовах мінливості зовнішнього середовища різних ринків, особливо ринку праці та ринку освітніх послуг, важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності є рівень адаптивності ЗВО. Адаптація є процесом зміни чинників у внутрішньому середовищі університетів із метою забезпечення ефективного виробництва і реалізації результатів праці (освітні послуги), досягнення фінансової стійкості, підтримки стабільної системи соціальних відносин, які забезпечують високий рівень самореалізації працівників в умовах зміни чинників зовнішнього середовища. У цьому процесі інновація й інноваційність університетів становлять основу їх ефективної реакції і прийнятих рішень у своїй діяльності, зміні діяльності на основі освоєння нових елементів.

Доцільне проведення подальших більш глибоких наукових досліджень, пов'язаних із розвитком механізмів формування конкурентного середовища у сфері вищої освіти.

Список використаних джерел:

1. Богданов А.А. Всеобщая организационная наука. Тектология ; изд. 3-е. Т. I. Москва : Книга, 1925. 300 с.
2. Математика и кибернетика в экономике. Словарь-справочник ; 2-е изд. Москва : Экономика, 1975. 700 с.
3. Блауберг И.В. Становление и сущность системного подхода. Москва : Наука, 1973. 270 с.
4. Гиг Дж. Ван. Прикладная общая теория систем. Кн. 1. Москва : Мир, 1981. 336 с.
5. Mulgan G. Ready or Not? Taking Innovation in the Public Sector Seriously. *NESTA, Provocation*. 2007. 231 p.
6. Koch P., Hauknes J. On innovation in the public sector. *Public report*. 2005. № D20. 2005. 301 p.
7. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. Москва : Вильямс, 2002. 496 с.
8. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг: европейская перспектива / пер. с фр. Санкт-Петербург : Наука, 1996. 190 с.
9. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. *Серия «Высшее образование»*. Москва : ИНФРА-М, 2000. 312 с.
10. Рисин М.В. Джерела формування капіталу ендавмент-фонду вищого навчального закладу. *Економіка та управління національним господарством*. 2015. Вип. 2(112). С. 123–127.

References:

1. Bogdanov A.A. (1925) Vseobshchaya organizatsionnaya nauka [General organizational science]. Moscow: Kniga. (in Russian)
2. Ekonomika (1975) Matematika i kibernetika v ekonomike [Mathematics and cybernetics in the economy]. Moscow: Ekonomika. (in Russian)
3. Blaumberg I.V. (1973) Stanovlenie i suschnost sistemnogo podhoda [Formation and essence of the system approach]. Moscow: Nauka. (in Russian)
4. Gig Dzh. Van. (1981) Prikladnaya obschaya teoriya sistem [Applied general systems theory]. Moscow: Mir. (in Russian)
5. Mulgan G. (2007) Ready or Not? Taking Innovation in the Public Sector Seriously. *NESTA, Provocation*. 231 p.
6. Koch P., Hauknes J. (2005) On innovation in the public sector. *Public report*, no. D20, 301 p.
7. Porter Maykl (2002) Konkurentsia [Competition]. Moscow: Izdatelskiy dom «Vilyams». (in Russian)
8. Lamben Zh. (1996) Strategicheskii marketing: evropeyskaya perspektiva [Strategic marketing: a european perspective]. Saint-Petersburgh: Nauka. (in Russian)
9. Fathutdinov R.A. (2000) Konkurentosposobnost: ekonomika, strategiya, upravlenie. *Seriya «Vyisshee obrazovanie»* [Competitiveness: economics, strategy, management. Series "Higher Education"]. Moscow: INFRA-M. (in Russian)
10. Rysin M.V. (2015) Dzherela formuvannya kapitalu endavment-fondu vischogo navchalnogo zakladu [Sources of capital formation of the endowment fund of a higher educational institution]. *Ekonomika ta upravlinnya natsionalnim gospodarstvom*, vol. 2(112), pp. 123–127.