

**Пилипенко Дмитро**  
студент

**Лукач Василь**  
к.пед.н., доцент

ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»  
м. Ніжин

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

В умовах переходу освітньої діяльності до ринку відносини змагальності, що характерні для економіки, змінюються відносинами конкуренції, особливо між вищими навчальними закладами (ВНЗ). Це спонукає ВНЗ розвивати матеріально-технічну базу, поліпшення якості викладання, що мобілізує заклад у ринкових умовах. Здебільш більшість населення прагне отримати вищу освіту, тому перед ним стає жорсткий відбір освітніх закладів, які прагнуть працювати на ринку, що в свою чергу, призвело до появи конкуренції між ВНЗ. Вхідження України в Європейський освітній і науковий простір суттєво загострює конкурентну боротьбу між вітчизняними і зарубіжними ВНЗ. У результаті чого вітчизняні ВНЗ виявляться практично неконкурентоспроможними по відношенню до іноземних.

За таких умов все більше уваги необхідно приділяти управлінню конкурентоспроможності ВНЗ, використовуючи відповідні стратегії до чинників, які мають пряму залежність до підвищення конкурентоспроможності. А це, у свою чергу, визначає необхідність даного дослідження, яке спрямоване на визначення тих стратегій, які забезпечують формування і підвищення конкурентоспроможності. З іншого боку, проблема управління конкурентоспроможністю ВНЗ набуває особливої актуальності у зв'язку з прогнозованим демографічним спадом, наслідком якого буде скорочення попиту на освітні послуги.

Управління конкурентоспроможністю ВНЗ являє собою певний аспект освітнього менеджменту, спрямований на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг, стимулювання щодо збагачення потенціалу (кадри, матеріально-технічне забезпечення, інформатизація, зв'язок з громадськістю та інше) та забезпечення ВНЗ стійкого положення у конкурентному середовищі. Конкурентне середовище охоплює сукупність об'єктів та чинників ринку, які впливають на стосунки між навчальним закладом та замовниками.

Вищі навчальні заклади працюють на ринку освітніх послуг і продуктів, а також на ринку робочої сили. Ринок освітніх послуг і продуктів має певну специфіку, яка обумовлена, по-перше, наявністю зв'язку між ринком робочої сили і ринком освітніх послуг і продуктів. По-друге, особливістю освітніх послуг

### Напрям 3

#### «Досвід застосування та перспективи впровадження інновацій у вищій школі»

---

порівняно з іншими і, по-третє, поєднанням методів державного та ринкового регулювання [6].

Для досягнення довготривалого успіху робота із забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ має здійснюватись у всіх сферах та по всіх аспектах його діяльності. Звідси випливає, що ключовими управлінськими аспектами забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ є наступні показники [3]:

- тип організаційної структури управління,
- гнучкість та раціональність,
- стиль та методи управління,
- адаптаційні можливості,
- гнучкість та гомеостатичність ВНЗ.

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства включає в себе наступні дії [3]:

- моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентного статусу в освітній галузі;
- діагностування конкурентоспроможності ВНЗ та його основних суперників;
- конкурентне позиціонування вищого навчального закладу – вибір стратегічних підрозділів і структур із перевагами у конкурентній боротьбі;
- розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю ВНЗ;
- реалізація конкурентної стратегії ВНЗ.

Етапи і процедури процесу управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу представлено на рис.1 [3].

Практичне використання наведеної теоретичної моделі управління конкурентоспроможністю ВНЗ є можливим лише за умови її пристосування до реалій функціонування конкретного ВНЗ.

Підвищенню конкурентоспроможності та ефективності регіонального управління вищою освітою сприяє надання законодавством України у вищих навчальних закладах можливостей самостійно визначати форми навчання, організації навчального процесу; надавати додаткові освітні послуги; самостійно розробляти і впроваджувати свої програми наукової та науково-виробничої діяльності; вести видавничу діяльність; здійснювати спільну діяльність з іншими

Процес підвищення конкурентоспроможності потребує врахування специфіки взаємозв'язку як між елементами організації, так і з їх оточенням, і являє собою процес прийняття рішень (включаючи цілі, методи, плани) по досягненню цілей підвищення конкурентоспроможності. При цьому менеджмент (адміністративно-управлінський апарат) вищого навчального закладу повинен:

- об'єктивно оцінювати існуюче положення на освітньому ринку;
- визначати концепцію підвищення конкурентоспроможності;
- доводити необхідність змін;

## **Міжнародна науково-практична конференція «Виклики соціально-орієнтованої економіки в євроінтеграційних умовах»**

---

- наочно представляти та пояснювати очікувані результати вдосконалення діяльності на основі рейтингової оцінки незалежного оцінювання.

На підставі рейтингу кожний вищий навчальний заклад має можливість оцінити своє місце в системі (групі), проаналізувати власні сильні та слабкі сторони і скорегувати стратегію сталого розвитку так, щоб наблизитися до значення коефіцієнта пріоритетності системи.

Окрім того, є можливість визначити сильні та слабкі сторони конкурента на ринку освітніх послуг та ринку праці за умов конкретної ситуації, що складається в кожній адміністративно-територіальній одиниці, регіоні, державі в цілому.

Системні інновації у вищій освіті базуються, передусім, на пошуку рішень щодо економічності, ефективності та результативності діяльності вищого навчального закладу й системи в цілому, вдосконаленні процесів підготовки, ефективності впровадження інноваційних технологій навчання. Наслідком таких інновацій можуть бути зміни організації навчального процесу відповідно до вимог Болонської декларації. Це повинно суттєво вплинути на якість освітньої діяльності та якість вищої освіти, а в організаційному вимірі – на якість управління вищим навчальним закладом. Системні інновації потребують постійного накопичення інформації та знань щодо процесів, які відбуваються в зовнішньому та внутрішньому контекстах системи вищої освіти.

Одиничні (стихійні) інновації, на противагу системним, є випадковими у діяльності вищого навчального закладу. Це спонтанна реакція на нові можливості або загрози з боку зовнішнього чи внутрішнього середовища. Прикладами можуть слугувати відкриття нових спеціальностей, надання нових освітніх послуг, перманентне удосконалення процесу навчання чи системи управління. Впровадження та реалізація одиничних інновацій характеризується більшим ризиком і є менш ефективним порівняно з результатом дії системних.

Інновації у вищій освіті з погляду змін, які вони викликають, можна поділити на три групи: радикальні, рекомбінаційні та модифікаційні. Розглянемо характеристику інновацій за критерієм причини, що спонукала активно здійснювати інновацію.

Причина радикальних інновацій у вищих навчальних закладах полягає у бажанні здобути або утвердити позицію лідера, досягти конкурентоспроможності або утримати її на ринку освітніх послуг та ринку праці завдяки високій якості освітньої діяльності та якості вищої освіти.

Рекомбінаційні інновації базуються на необхідності проведення диверсифікації освітніх послуг та джерел фінансування, пошуку нових сегментів ринку освітніх послуг та ринку праці, підвищення ефективності управління вищим навчальним закладом.

### Напря́м 3

#### «Досвід застосування та перспективи впровадження інновацій у вищій школі»

Причиною модифікаційних інновацій є задоволення потреб клієнтів на ринку освітніх послуг та ринку праці.

На основі отриманих результатів необхідно скласти програму (комплекс робіт) підвищення конкурентоспроможності, яка спрямована на вирішення завдання поставлених вищим навчальним закладом.

В основу управління розробкою та реалізацією програми підвищення конкурентоспроможності покладаються наступні принципи:

- сполучення єдиноначальності керівника та колегіальних повноважень представників груп для спільного прийняття рішень;
- наділення керівників повноваженнями та відповідальністю при прийнятті рішень;
- організація єдиного керування на всіх стадіях розробки та реалізації програми;
- дотримання термінів та збалансованості ресурсів, що використовуються.

#### **Список використаних джерел**

1. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга: Монографія / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. - Донецк : ДонГУЗТ им. М. Туган-Барановского, 2004. - 147с.

2. Клименко М., Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В., Вакуленко А.В. Управление конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. - К. : КНЕУ, 2006. - 527 с.

3. Пащенко Н.И. Конкурентоспособность вузов и стратегии их деятельности в условиях региональной конкуренции : дис. ... канд. ^кон. наук / Н. И. Пащенко. Уфа, 1999.

4. Романова И.Б. Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения / И.Б. Романова. - Ульяновск : Средневолж. науч. центр, 2005.