

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Розвиток системи вищої освіти України відбувається в складних і неоднозначних умовах, що визначаються процесами глобалізації та євроінтеграції. Одним з найбільш важливих наслідків даних процесів для вітчизняних закладів вищої освіти є загострення конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг і, як результат, необхідність підвищення якості аналітичної роботи у сфері дослідження конкурентних переваг.

За результатами проведених досліджень встановлено, що глибокі та широкомасштабні економічні, політичні та соціальні трансформації, які викликані як науково-технічним прогресом, так і системними й структурними перетвореннями, обумовлюють необхідність застосування системного підходу до вирішення завдань забезпечення конкурентоспроможності та стратегічного розвитку національної системи вищої освіти як однієї з провідних складових національної безпеки та сталого розвитку України.

При цьому необхідно зазначити, що первинною ланкою забезпечення розвитку освітньої системи країни є заклади вищої освіти, які повинні, враховуючи глобальні тенденції розвитку освітньої сфери, дотримуватися у своїй діяльності законодавчо визначених норм здійснення освітньої діяльності, запроваджувати новітні технології у всіх сферах, забезпечувати режим економії всіх видів ресурсів та досягати соціальної і економічної ефективності з метою підвищення конкурентоспроможності як на національному, так і на міжнародному ринках.

Успішне функціонування і розвиток закладів вищої освіти вимагає розробки методологічних засад та методичних положень щодо формування конкурентної стратегії, спрямованої на розвиток конкурентних переваг та досягнення на цій основі високого рівня конкурентоспроможності, що потребує створення адекватної системи оцінювання та управління конкурентним потенціалом та конкурентоспроможністю ЗВО.

Актуальність завдання оцінювання конкурентного потенціалу закладів вищої освіти пояснюється тим, що багато ЗВО мають значні конкурентні переваги на ринку, однак не володіють методами та інструментарієм оцінювання сильних і слабких сторін свого потенціалу. З огляду на це технології, завдяки яким заклади вищої освіти можуть оцінити рівень конкурентного потенціалу та розробити ефективні й результативні стратегії майбутнього розвитку, потребують удосконалення.

Поняття конкурентного потенціалу є відносно новою категорією, яка залишається предметом

дискусій в наукових колах. За результатами аналізу наукової літератури [1-4] встановлено, що більшість науковців конкурентний потенціал розглядають як сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових і нематеріальних ресурсів та можливості об'єкта (або) суб'єктів господарювання, що дозволяють їм отримувати конкурентні переваги в порівнянні з іншими учасниками конкурентної боротьби. Більшого поширення в науковому обігу знайшли категорії конкурентоспроможності та конкурентних переваг. Проведений аналіз сутності цих понять засвідчив, що між поняттями «конкурентний потенціал», «конкурентні переваги» та «конкурентоспроможність» існує причинно-наслідковий зв'язок: конкурентний потенціал визначає здатність (можливість) суб'єкта господарювання до конкурентної боротьби, які визначаються рівнем ресурсного забезпечення; конкурентоспроможність – «це відповідність за всіма параметрами вимогам ринку, покупців, споживачів» [5, с. 89]. При цьому досягнення конкурентної переваги є одним з основних способів забезпечення конкурентоспроможності. Таким чином, конкурентна перевага є причиною, конкурентоспроможність наслідком, а конкурентний потенціал основою ринкового успіху суб'єкта господарювання в боротьбі за споживача.

За результатами проведеного дослідження встановлено, що конкурентний потенціал може бути представлений складовими: (1) ресурсною, (2) науково-інноваційною та (3) управлінською. При цьому виходило з того, що досягнення конкурентоспроможності закладу вищої освіти залежить від рівня реалізації конкурентного потенціалу – використання всіх наявних ресурсів та ефективності управління усіма процесами, які відбуваються як у внутрішньому середовищі ЗВО, так і забезпечують взаємодії з елементами зовнішнього середовища.

Обґрунтовано елементний склад складових конкурентного потенціалу з виокремленням: матеріально-технічних, інтелектуальних, трудових, фінансових, інформаційних та маркетингових ресурсів – у складі ресурсної складової; науково-дослідних та інноваційних ресурсів, педагогічних, цифрових та інформаційно-комунікаційних технологій – у складі науково-інноваційної складової; рівня системи управління, організації освітнього процесу, студентського самоврядування, управління персоналом та системи мотивації, соціальної сприйнятливості та взаємодій зі стейкхолдерами, організації додаткових послуг – у складі управлінської складової. Обґрунтовано, що від рівня як кожного локального показника, так і кожної зі складових залежить конкурентоспроможність

освітніх послуг, а отже імідж та конкурентоспроможність ЗВО в цілому.

Важливе значення для досягнення ринкового успіху ЗВО має конкурентна стратегія, яку Н.М. Гуляєва, А.М. Бідюк визначають як «інструмент довгострокового планування його діяльності на ринку освітніх послуг на основі визначення цілей і шляхів досягнення динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем, формування та утримання переваг у конкурентній боротьбі за критеріями оптимізації розподілу й ефективного використання ресурсів і зусиль та цільової результативності» [6, с. 14].

З огляду на зазначене пропонується підхід щодо визначення конкурентної стратегії з використанням матриці стратегічного позиціонування закладу вищої освіти (табл. 1), яким передбачається врахування двох параметрів – рівня конкурентного потенціалу ЗВО та впливу факторів зовнішнього середовища.

Таблиця 1

Матриця стратегічного позиціонування ЗВО

Вибір конкурентної стратегії ЗВО		Вплив факторів ЗС на рівень реалізації КП – коефіцієнт сприяє (несприяє) зовнішнього середовища		
		несприяє	нейтральний	сприяє
		<1,00	1,00	>1,00
Рівень КП ЗВО за шкалою бажаності	Рівень «задовільно» [0,37-0,63]	АС	СРОП	СВІ
	Рівень «добре» [0,63-0,80]	СКД	СПІ	СРР
	Рівень «відмінно» [0,80-1,00]	СГПР	СВКД	СІЗ

*Позначення конкурентних стратегій: АС – антикризова стратегія; СРОП – стратегія розвитку освітніх послуг; СВІ – стратегія вертикальної інтеграції; СКД – стратегія концентричної диверсифікації; СПІ – стратегія горизонтальної інтеграції; СРР – стратегія розвитку ринку; СГПР – стратегія глибокого проникнення на ринок та горизонтальної диверсифікації; СВКД – стратегія вертикально-конгломератної диверсифікації; СІЗ – стратегія інтеграційного зростання.

Джерело: розроблено авторами за даними [7, 8].

Таким чином при побудові даної матриці виходили з того, що параметр «рівень конкурентного потенціалу» відображає стан ресурсного потенціалу та адекватність сформованої системи управління ЗВО. Вплив зовнішнього середовища обумовлює рівень реалізації конкурентного потенціалу ЗВО і, відповідно, може бути несприятливим, нейтральним або сприятливим, що пропонується оцінювати за допомогою коефіцієнта сприяє (несприяє) зовнішнього середовища. Конкурентна стратегія закладу вищої освіти, таким чином, визначається рівнем конкурентного потенціалу та ступенем його реалізації під впливом факторів зовнішнього середовища. Кожна з конкурентних стратегій передбачає реалізацію різних заходів щодо підвищення рівня ресурсного потенціалу закладу вищої освіти, удосконалення системи управління (підвищення рівня управлінського потенціалу) та адаптації до конкурентної ситуації на ринку освітніх послуг.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Аренков И. А., Салихова Я. Ю., Гаврилова М. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития. *Проблемы современной экономики*. 201. №. 4 (40). URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3801>.
2. Балабанова Л. В., Балабаниц А. В. Маркетинговый аудит в системе сбыта: монография. Донецк: ДонГУЭТ. 2003. 188 с.
3. Балабанова Л. В. Конкурентный потенциал как основа формирования конкурентных преимуществ. URL: http://www.rusnauka.com/3_ANRR_2009/Economics/3882.doc.htm.
4. Иванченко А. В. Суть и содержание конкурентного потенциала предприятия. *Актуальные проблемы управления*. 2011. № 62. С. 52–57.
5. Киперман Г. Я., Сурганов В. С. Популярный экономический словарь. М.: Экономика, 1993. 256 с.
6. Гуляева Н. М., Бідюк А. М. Конкурентні стратегії закладів вищої освіти. *Економічний вісник університету «ДВНЗ Переяслав Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»*. 2018. Вип. № 37/1. С. 12–18.
7. Пашкус Н. А., Пашкус В. Ю. Стратегическое позиционирование и конкурентоспособность ВУЗа. *Вестник Герценовского университета*. 2014. № 2. С. 104–111.
8. Екшиев Т. К. Конкурентные стратегии ВУЗа. *Евразийский международный научный журнал "Проблемы современной экономики"*. 2009. № 3 (31). URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2759>.