

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОСВІТНИХ ПОСЛУГ  
У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Юрченко Н.І.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу*

*Дніпровського державного аграрно-економічного університету  
м. Дніпро, Україна*

У стані ринкової економіки перебувають не лише ринок товарів, але й послуг. Зокрема це торкається сфери освітніх послуг, де конкурують між собою всі учасники освітнього процесу на різних рівнях. Як і на кожному ринку, характерним елементом є стан конкуренції, який виокремлює більш чи менш конкурентоспроможні пропозиції для споживача. Дослідженню поняття «конкурентоспроможність освітніх послуг» передують характеристики таких наукових категорій як «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність послуг» та інші. На даному етапі розвитку економічної теорії є безліч визначень поняття «конкуренція».

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» наведено визначення поняття «економічна конкуренція (конкуренція) – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку».

Конкуренція мотивує суб'єктів підприємницької діяльності ставити нові цілі перед собою, а постійно працювати над самовдосконаленням, зменшувати виробничі витрати, покращувати якість товарів (послуг), які запропоновані на ринку, покращувати власну конкурентоспроможність. При аналізі даної категорії Азоев Г.Л., Зав'ялов П.С., Райзберг Б.А. стверджують, що конкуренція – це економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між виступаючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців [1].

Зважаючи на вище наведені визначення, можна зробити висновок, що конкуренція – це процес взаємодії суб'єктів господарювання в умовах цивілізованого ринку з метою задоволення власних потреб, а також

споживача на основі конкурентних переваг згідно з чинним законодавством.

Підприємець повинен розуміти потреби споживачів і пропонувати такі товари та/або, які зможуть задовольнити ці потреби. Таким чином, за допомогою функції регулювання фактори виробництва під впливом ціни спрямовуються в ті галузі, де є їхня найбільша нестача. За допомогою функції контролю конкуренція виступає силою, що протидіє виникненню стійкої економічної влади окремих суб'єктів ринку. Тобто, конкуренція обмежує та контролює економічну потужність кожного підприємства. Для можливості отримання додаткового доходу, не збільшуючи при цьому ціну продукції, необхідно постійно удосконалювати технологічну базу виробництва, впроваджувати новітні технології та прогресивні форми організації виробничого процесу тим самим зменшуючи витрати виробництва. Ті, хто здійснює такі заходи, отримують додаткові доходи. У той самий час ті підприємці, які не зможуть впроваджувати такі заходи, будуть витіснені з ринку. Отже, конкуренція виступає силою, що забезпечує науково-технічний і економічний прогрес. У підсумку можна зазначити, що основним завданням і головною функцією конкуренції – є завоювання ринку, в боротьбі за споживача перемога своїх конкурентів, забезпечення одержання сталого прибутку. Окрім того, суть конкуренції виражається певними силами, які спонукають її до розвитку незалежно від того, діє вона лише на внутрішньому ринку чи на зовнішньому теж [2].

Конкурентоспроможність підприємства є окремою системною категорією, яка відбиває ступінь реалізації цілей підприємства в процесі його взаємодії з факторами зовнішнього оточення. Конкурентоспроможність підприємства повинна визначатися конкурентоспроможністю окремих видів продукції, яку воно випускає».

З позиції порівняльних переваг Синько В. вважає, що конкурентоспроможність підприємства є відображенням його порівняльних переваг відносно до інших підприємств даної галузі всередині країни і за її межами [3].

Також вважаємо за необхідне виділити складність визначення категорії «конкурентоспроможність» – суб'єкт, до якого здійснюється прив'язка: продукція, суб'єкт господарської діяльності, що у свою чергу розглядає конкурентоспроможність на різних рівнях. Ознайомившись з вищенаведеними трактуваннями науковців, ми дійшли до висновку, що конкурентоспроможність – це складна економічна категорія, що характеризує можливість досягати власних цілей, в тому числі отримання доходу, через задоволення потреб споживача в умовах конкурентного ринку у певний проміжок часу. Вважаємо за необхідне виділити часову характеристику, оскільки на даному етапі розвитку

економіки та науково-технічного прогресу, певна конкурентна перевага може бути актуальною сьогодні, та застарілою вже протягом року. Тепер пропонуємо перейти до огляду економічної категорії «конкурентоспроможність освітніх послуг». Дане поняття немає належного наукового обґрунтування у зв'язку з малим його вивченням. Саме це стало однією із причин вибору даної теми для нашого дослідження. Український дослідник Карпюк О.А. стверджує, що конкурентоспроможність освітніх послуг є порівняльною характеристикою її споживчих та вартісних параметрів у порівнянні з послугами освітніх закладів конкурентів [4]. Науковець пропонує розглядати конкурентоспроможність освітніх послуг через призму конкурентоспроможності вищого навчального закладу, який її надає та пропонує на ринку вищої освіти.

Ми пропонуємо розглядати конкурентоспроможність освітніх послуг з позиції конкурентних переваг, до яких ми можемо віднести наступне:

1. Наявність додаткових освітніх послуг.
2. Можливість бути учасником студентського обміну у країні та закордоном.
3. Практична значущість.
4. Допомога з працевлаштуванням.
5. Належна матеріально-технічна база.

Конкурентоспроможність освітніх послуг – узагальнена характеристика переваг за показниками обсягу витрат та ступенем задоволення потреб споживачів

Організаційноекономічні показники: ступінь відповідності стандартам, нормам, положенням по наданню освітніх послуг.

Економічні показники: ціна послуг, витрати: транспортні, на експлуатацію та технічне обслуговування, на навчання персоналу  
Соціально-організаційні показники: врахування соціальної структури споживачів, національних особливостей

Основні фактори підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг:

1. Вдосконалення застосовуваних освітніх технологій та освітніх програм.
2. Створення принципово нових видів освітніх послуг та диференціація існуючих [5].

Конкурентоспроможність освітнього закладу – це комплекс показників, які відрізняють його від конкурентів за ступенем задоволення своїми послугами споживачів ринку, за показниками ефективності освітньої діяльності.

На нашу думку, конкурентоспроможність освітньої послуги – це здатність задовольняти потреби суб'єктів освітньої послуги, а також її

адаптація до результатів науково-технічного прогресу та спроможність брати участь у конкурентній боротьбі на зовнішньому та внутрішньому ринку освітніх послуг у певний період часу. Опираючись на вище проведений аналіз, ми бачимо, що питання конкурентоспроможності є широко вивченим українськими та зарубіжними вченими впродовж останнього століття. Її характеризують з основними спільними рисами: реалізація в умовах конкуренції; отримання достатній дохід; задоволення потреб споживачів; досягнення поставлених цілей. Проте, не зважаючи на достатню увагу науковців на питання конкурентоспроможності, більш вузька проблема конкурентоспроможності освітніх послуг є недостатньо вивченою і цим, у свою чергу, спонукає нас до подальшого дослідження. Не менш важливим постає питання яким чином можна управляти конкурентоспроможністю освітніх послуг на світовому та українському ринку освітніх послуг вищої освіти.

### **Список використаних джерел:**

1. Andreea Strambu-Dima & Calin Veghes, 2008. "Entrepreneurial University «A New Vision On The Academic Competitiveness In A World In Motion», «Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, Faculty of Sciences», «1 Decembrie 1918» University, Alba Iulia, vol. 2(10), pages 56.
2. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ, 2004. 699 с.
3. Бондаренко М. Проблематика поняття «конкурентоспроможність та диференціації її похідних. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/25217/13Bondarenko.pdf?sequence=1>
4. Єлець О.П., Богдан Є.В. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. URL: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_7\\_082.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_082.pdf)
5. Jamil Salmi, The Challenge of Establishing World-Class Universities, Washington: World Bank 2009.