

УДК 378.015

*Е. В. Астахова (мл.)***КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЗИЦИИ ВУЗОВ:
АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ****COMPETITIVE POSITION OF UNIVERSITIES:
ANALYSIS, PROSPECTS, OPPORTUNITIES****Аннотация**

В статье представлен анализ рынка образовательных услуг Украины с точки зрения конкурентной среды. Обозначены правовые условия функционирования государственных и частных учебных заведений. Проведен анализ предложения образовательного продукта на рынке Украины. Рассмотрены ценовые и неценовые факторы спроса и предложения, эластичность спроса по цене на образовательные услуги. Рассмотрено позиционирование предпринимательского университета как субъекта предпринимательской деятельности. Изучены источники дополнительного финансирования вузов с целью расширения их экономических возможностей.

Ключевые слова: учебный рынок, образовательные услуги, спрос и предложение на учебном рынке, соревнование университетов.

Анотація

У статті представлений аналіз ринку освітніх послуг України з точки зору конкурентного середовища. Позначені правові умови функціонування державних і приватних навчальних закладів. Проведено аналіз пропозиції освітнього продукту на ринку України. Розглянуто цінові та нецінові фактори попиту та пропозиції, еластичність попиту за ціною на освітні послуги. Розглянуто позиціонування підприємницького університету як суб'єкта підприємницької діяльності. Вивчено джерела додаткового фінансування ВНЗ з метою розширення їх економічних можливостей.

Ключові слова: навчальний ринок, освітні послуги, попит і пропозиція на навчальному ринку, змагання університетів.

Annotation

The article presents an analysis of the education market in Ukraine in terms of competitive environment. The legal conditions of the existence of public and private educational institutions have been identified. The supply of educational product in the market of Ukraine has been analyzed. The price and non-price

factors of supply and demand, the price elasticity of demand for educational services have been observed.

We consider the positioning of a business university as the subject of business activity. The sources of additional funding of universities aimed at the extension of their economic opportunities have been studied.

Key words: education market, educational services, supply and demand in the education market, competition of universities.

Интеграция образовательного пространства в рыночное хозяйство является необходимой в период поиска новых возможностей экономического роста государства, роста благосостояния нации. Экономика знаний как вид экономической деятельности и сфера хозяйствования образовательных учреждений приобретает все большую актуальность сегодня, обращая вузы в процесс конкурентных отношений, поиска новых, независимых источников финансирования.

Данные вопросы нашли отражение в научно-исследовательских работах отечественных авторов: Артемчук Г. И., Гневашева В. А., Грищенко И. М., Кремень В. Г., Каверина Э. Ю., Каленюк И. С., Карчагин Ю. А., Панкрухина А. П., а также зарубежных: Ф. Альбах, Л. Армстронг, З. Бауман, И. Бекк, Р. Вегелерс, Б. Кларк, С. Маргинсон.

Цель данной статьи – проанализировать рынок образовательных услуг с точки зрения формирования конкурентной среды, анализа конкурентных позиций вузов, поиска альтернативных источников финансирования.

В рамках рынка образовательных услуг функционируют как государственные, так и частные учебные заведения, которые, к сожалению, работают в различных правовых условиях. Это касается вопросов собственности и аренды площадей, налогообложения прибыли, государственного финансирования, что вносит дисбаланс в добросовестную конкурентную среду между государственными и частными вузами, а также негативным образом сказывается на уровне качества предоставляемых образовательных услуг.

С точки зрения рыночной структуры рынок образовательных услуг является рынком монополистической конкуренции. На это указывает дифференцированность образовательного продукта как по потреби-

тельским характеристикам, так и по уровню качества. Речь идет об образовании по различным специальностям, на различных факультетах, в разных вузах, об уровне преподавания. Во-вторых, высокая чувствительность к экономической конъюнктуре, существенность фактора сезонности, значительное влияние рекламы, моды, информированности, зависимость института образования от политических и экономических институтов. В-третьих, рынок образовательных услуг отличается выраженной сегментированностью спроса на услуги в зависимости от доходов, цен, субъективной оценки потребителем способностей производителя предоставить ту или иную услугу, значимости услуги, стиля жизни. В-четвертых, данный рынок характеризуется широкой емкостью и абсолютными преимуществами уже действующих в отрасли предприятий относительно расходов по предоставлению услуг и преимуществ обслуживания со стороны потребителей, позитивным эффектом от масштаба.

Одним из приоритетных факторов, определяющих границы рынка, является ценовой фактор. Спрос на продукцию фирм, действующих в условиях монополистической конкуренции, не является абсолютно эластичным, однако его эластичность высока. Это ставит под угрозу потери потребителя в результате незначительных изменений цены образовательного продукта. Однако сегодня все большее значение в конкурентных отношениях на рынке образовательных услуг приобретают неценовые факторы, делая упор на спектр дополнительных сопутствующих услуг, так называемых услуг-компонентов, а именно: организации внеучебной деятельности; расширения ассортимента образовательных услуг за счет предоставления занятий по дополнительным специальностям, факультативам; организации научной деятельности студентов; проведения научных конференций, семинаров. Одним из самых весомых факторов неценовой конкуренции между университетами является профессорско-преподавательский состав, его качественные характеристики. Существенную роль среди неценовых факторов играет возможность обеспечения последующего трудоустройства студентов, что открывает студентам путь к сокращению будущих транзакционных издержек по поиску работы с необходимым уровнем оплаты, престижности.

С одной стороны, конкурентный университет представляет собой вуз, способный занимать и удерживать устойчивые позиции на определенных сегментах рынка образовательных продуктов и услуг благодаря эффективной деятельности научно-педагогического состава, внедрению инновационных образовательных продуктов на рынке труда, расширению источников финансирования. Ценность университетов нового типа (предпринимательских) сегодня состоит в квалификационной подготовке предпринимателей – новаторов бизнес-идей и исследователей [1, с. 85].

Такое позиционирование открывает новые конкурентные позиции для вузов, расширяя их экономические возможности. Среди них: гранты на исследовательские проекты; продажа образовательных продуктов и услуг (продажа печатных изданий, символики вуза, предоставление консультаций, экспертных оценок); осуществление исследовательской деятельности по заказу представителей бизнеса; создание банка студенческих бизнес-идей и реализация с участием инвестиционных фондов, кредитных учреждений; продажа прав интеллектуальной собственности [1, с. 85].

С другой стороны, предпринимательский университет не является коммерческой организацией, торгующей образовательными услугами и продуктами, а представляет собой основного поставщика квалифицированного человеческого капитала в экономику для новых технологических, инновационных экономических решений.

Поэтому актуальна целевая государственная поддержка развития университетов, независимо от форм собственности, в целях потенциального развития экономики, формирования инновационного общества в ближайшем будущем, стимулирования темпов экономического развития государства.

В Законе Украины «Об образовании» доля государственного финансирования должна составлять 10% ВВП. Фактические государственные расходы составляют 2–3% ВВП, что значительно выше, чем в странах Западной Европы, в процентном соотношении, но меньше в абсолютных стоимостных показателях затраты на подготовку одного студента. В целом эти показатели значительно предопределяют возможности развития образовательного рынка, так

как установлена положительная корреляционная связь нелинейного типа между уровнем государственного финансирования образования и темпами роста ВВП [7, с. 80].

Таким образом, анализ рынка образовательных услуг Украины свидетельствует о жесткой, не всегда добросовестной конкуренции с элементами государственного лоббирования и поддержки отдельных образовательных учреждений, особенно в условиях демографического кризиса. В процессе жесткой конкуренции, с которой были вынуждены столкнуться вузы в рамках рыночного пространства, происходит отбор образовательных учреждений. Кроме конкуренции, на преодоление которой вузам приходится тратить часть своего потенциала, вузам – как государственным, так и частным – необходимо искать и оптимизировать источники самофинансирования. Выживают те, кто отвечает потребностям рынка сегодня, стремится к минимизации издержек, а также те, кто может прогнозировать изменяющиеся тенденции спроса на образовательные услуги. Они вынуждены в условиях жесткой конкуренции своевременно адаптировать ассортимент образовательных продуктов, используя новые методы, формы и программы обучения, предоставляя на рынок современные научно-технические достижения при высоком материально-техническом обеспечении образовательного процесса.

Список литературы

1. Боголіб Т. М. Процеси капіталізації розвитку вищої освіти та університетської науки / Т. М. Боголіб // Фінанси України. – 2012. – № 11. – С. 84–91.
2. Витренко Ю. М. Освітня діяльність у системі макроекономічних показників / Ю. М. Витренко // Економіка управління. – 2012. – № 1. – С. 35–38.
3. Вищі навчальні заклади [Електронний ресурс] // Державний комітет статистики України : статист. інформація. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.htm
4. Образовательное безумство: за 17 лет в Украине создали 322 частных вуза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.finance.ua/ru/1/0/all/2013/07/18/305703>
5. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів Харківської області [Електронний ресурс] // Головне управління статистики у Харківській

області. – Х., 2011. – Режим доступу: <http://www.city.kharkov.ua/ru/document/osnovni-pokazniki-ekonomichnogo-i-sotsialnogo-rozvitku-m-harkova-za-i-pivrichchya-43885.html>; Количество вузов в Украине сократилось [Электронный ресурс] // Радио-Ера : ТОВ ТРК. – 2011. – 4 февр. – Режим доступа: <http://ru.radioera.com.ua/eranews/?idArticle=28526>.

6. Панкрухина А. П. Маркетинг образовательных услуг : учеб. пособие [Электронный ресурс] / А. П. Панкрухина. – М., 1995. – Режим доступа: <http://mou.marketologi.ru>.

7. Сацик В. И. Ключевые факторы становления конкурентоспособных университетов / В. И. Сацик // Экономика Украины. – 2013. – № 5. – С. 78–85.