

### **КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ**

#### *Анотація*

Досліджуються конкурентні переваги сучасного вищого навчального закладу на прикладі ВНЗУ «Полтавський університет економіки і торгівлі». Зазначається, що конкурентоспроможність сфери освіти має прояв у зовнішніх та внутрішніх конкурентних перевагах, що посилюють вагомість вищих навчальних закладів на ринку. Вплинути на зовнішні конкурентні переваги вищий навчальний заклад не в змозі, вони лише підлягають ретельному аналізу з метою пристосування, але внутрішні конкурентні переваги є цілком підконтрольними керівництву і відповідному персоналу закладу освіти. Для більшого розуміння різновидів внутрішніх конкурентних переваг обраного для дослідження вузу, автором запропоновані наступні напрями: стратегічні конкурентні переваги, конкурентні переваги для абітурієнтів, конкурентні переваги для реальних та потенційних споживачів освітніх послуг. У статті детально висвітлені означені аспекти, з метою їх удосконалення та подальшого моніторингу.

Ключові слова: ринок освітніх послуг, вищий навчальний заклад, конкурентоспроможність, зовнішні конкурентні переваги, внутрішні конкурентні переваги, абітурієнти, споживачі освітніх послуг.

### **КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОДЕРЖАНИЕ**

#### *Аннотация*

Исследуются конкурентные преимущества современного высшего учебного заведения на примере ВУЗУ «Полтавский университет экономики и торговли». Отмечается, что конкурентоспособность сферы образования проявляется во внешних и внутренних конкурентных преимуществах, которые усиливают значимость высших учебных заведений на рынке. Повлиять на внешние конкурентные преимущества высшее учебное заведение не в состоянии, они лишь подлежат тщательному анализу с целью приспособления, но внутренние конкурентные преимущества вполне подконтрольны руководству и соответствующему персоналу учреждения. Для большего понимания разновидностей внутренних конкурентных преимуществ выбранного для исследования вуза, автором предложены следующие направления: стратегические конкурентные преимущества, конкурентные преимущества для абитуриентов, конкурентные преимущества для реальных и возможных потребителей образовательных услуг. В статье подробно освещены указанные аспекты, с целью их усовершенствования и дальнейшего мониторинга.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, высшее учебное заведение, конкурентоспособность, внешние конкурентные преимущества, внутренние конкурентные преимущества, абитуриенты, потребители образовательных услуг.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку ринку освітніх послуг України існує значна кількість вищих навчальних закладів, що пропонують освітні програми навчання, розраховані на різні рівні вимог споживачів, базову освіту та доходи. Кожен з них діє в умовах конкурентного середовища. І тому не може собі дозволити пасивне спостереження за розвитком та перебігом ринкової ситуації – інакше він припинить своє існування. З цього стає очевидним, що заклад вищої освіти повинен бути впевнений у тім, що його цілі й освітні послуги зберігають актуальність для конкретного ринку споживачів. Вищі навчальні заклади періодично повинні коригувати свої цільові, стратегічні і тактичні настанови, які багато в чому залежать від конкурентних переваг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На даний час загальні поняття конкуренції досить широко та обґрунтовано висвітлено у працях наступних науковців: Г. Азоєв, І. Ансофф, О. Горбашко, А. Градов, І. Должанський, Ю. Іванов, Ф. Котлер, М. Портер, А. Томпсон та інших. В свою чергу, проблематикою конкурентоспроможності та конкурентних переваг вищих навчальних закладів займалися П. Блау, Р. Дарендорф, Дж. Дудерштадт, Г. Келлер, П. Лоранж, Н. Яловега та інші. При цьому, питання, пов'язані з висвітленням конкурентних переваг на прикладі функціонування реальних закладів вищої освіти висвітлено не в повній мірі, що потребує додаткових досліджень.

**Формулювання цілей статті.** Дослідження конкурентних переваг сучасного вищого навчального закладу на прикладі Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**Виклад основного матеріалу.** Конкурентоспроможність вищого закладу освіти багато в чому залежить від його здатності пристосування до мінливих умов конкуренції на ринку. На відміну від конкурентоспроможності самої освітньої послуги конкурентоспроможність ВНЗ не може бути досягнута за короткий проміжок часу. Якщо адаптувати та доповнити певні літературні джерела [1; 3; 7; 9], стає очевидним, що конкурентоспроможність навчального закладу напрацьовується завдяки різним інструментам повноцінного функціонування вузу, постійним підтвердженням їх якості та оновлення. Конкурентоспроможність сфери освіти має прояв у зовнішніх та внутрішніх перевагах, що посилюють вагомість вищих навчальних закладів на ринку. Зокрема, під зовнішніми конкурентними перевагами пропонується розглядати такі аспекти діяльності ВНЗ [4; 6]: рівень конкурентоспроможності країни та регіону; рівень конкурентоспроможності галузі, для якої ВНЗ готує фахівців; сила конкуренції між аналогічними освітніми послугами та освітніми послугами, що перетинаються або дублюють основний перелік послуг; поява нових потреб потенційних споживачів;

*EDUCATIONAL PROBLEMS AND THE METHODS OF TEACHING  
IN HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS*

---

активність контактних аудиторій (громадськості, владних структур, засобів масової інформації).

Внутрішніми конкурентними перевагами вищих навчальних закладів слід вважати такі [2; 5]: обґрунтована місія та стратегічна мета надання освітніх послуг; науковий рівень системи управління вищого закладу освіти; прогресивність технологічних процесів та матеріально-технічного забезпечення навчального процесу; прогресивність інформаційних технологій; конкурентоздатність персоналу системи; акредитованість навчальних дисциплін; розвинена комунікаційна діяльність.

Вплинути на зовнішні конкурентні переваги вищій навчальний заклад не в змозі, але внутрішні фактори є цілком підконтрольними керівництву закладу, точніше менеджмент вузу має всі необхідні умови щодо контролю цих переваг [5]. Для досягнення довготривалого успіху робота із забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ має здійснюватись у всіх напрямках його діяльності.

Перед тим, як висвітлювати конкурентні переваги ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (надалі – ПУЕТ), необхідно зупинитися на ключових аспектах функціонування даного закладу на ринку освітніх послуг.

Місія ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ» – «Разом – до професійної досконалості й життєвого успіху кожного», що обумовлює забезпечення розвитку потенціалу та можливостей самореалізації студентів і співробітників в процесі їх спільної освітньої, наукової, інноваційної та організаційної діяльності. Його стратегічна мета – забезпечення конкурентоспроможності на вітчизняному та європейському ринках освітніх послуг і праці [8].

Основні завдання функціонування ПУЕТ [8]: забезпечення інноваційного розвитку університету; формування ресурсного забезпечення розвитку діяльності; підвищення якісного рівня науково-педагогічного потенціалу кафедр, розвиток наукових шкіл за галузями знань, науки та техніки; удосконалення механізму залучення обдарованої молоді до навчання; здійснення соціального захисту персоналу, студентів, аспірантів і докторантів; удосконалення управління та організаційної структури університету; поліпшення якості підготовки та перепідготовки фахівців з вищою освітою; посилення соціального партнерства та сприяння інтеграційним процесам з іншими навчальними закладами, науковими установами, роботодавцями.

Університет здійснює підготовку спеціалістів в галузі фінансів, обліку та аудиту, міжнародної економіки, економіки підприємства, менеджменту, управління персоналом та економіки праці, інформатики, економічної кібернетики, маркетингу, товарознавства та комерційної діяльності,

## ПРОБЛЕМИ ОСВІТИ ТА МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

організації торгівлі, товарознавства та експертизи в митній справі, документознавства та інформаційної діяльності.

Університет акредитований за IV рівнем ДАК, його обрали для фахової підготовки 15 тисяч студентів із різних регіонів України, Російської Федерації, Азербайджану, Молдови, Туреччини, Китаю, Нігерії. До складу викладацького корпусу входить більше 60 докторів наук та професорів, 304 кандидатів наук та доцентів. За результатами сертифікації системи управління якістю діяльності ВНЗ ПУЕТ університет отримав сертифікат відповідності вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2008 IQNet (Міжнародної мережі сертифікації) та DQS GmbH (німецького органу сертифікації систем управління якістю).

Для більшого розуміння різновидів конкурентних переваг Вищого навчального закладу «Полтавський університет економіки і торгівлі», розподілимо їх на три категорії: стратегічні конкурентні переваги, конкурентні переваги для абітурієнтів, конкурентні переваги для реальних та потенційних споживачів освітніх послуг. Коротко зупинимося на кожній визначеній складовій.

I. Стратегічні конкурентні переваги (спрямовані на усталене отримання конкурентної переваги функціонування на ринку освітніх послуг в загальноукраїнському контексті):

1. *Міжнародне співробітництво.* Головна мета діяльності міжнародного науково-освітнього центру ПУЕТ спрямована на формування позитивного міжнародного іміджу університету, підтримку та розвиток зарубіжних відносин у освітньо-наукових, соціальних та культурних сферах. Основними завданнями колективу університету є:

- розвиток ефективних взаємовигідних партнерських зв'язків з ВНЗ, науковими, культурними та іншими установами, бізнес структурами зарубіжних країн;
- участь у міжнародних проектах і програмах;
- проведення на базі ВНЗ міжнародних науково-практичних конференцій, симпозіумів, семінарів, виставок, круглих столів;
- підбір та направлення для проходження навчання, стажування та обміну досвідом за кордоном викладачів, аспірантів і студентів університету;
- запрошення до університету зарубіжних фахівців для читання лекцій, надання наукових консультацій, проведення «майстер-класів».

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» є членом таких престижних міжнародних освітніх та наукових організацій:

а) співдружність університетів Magna Charta (некомерційна організація, створена Університетом Болоньї та Європейською асоціацією університетів

*EDUCATIONAL PROBLEMS AND THE METHODS OF TEACHING  
IN HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS*

---

(EUA). З 2009 р. університет став членом Великої Хартії Університетів, що є певним міжнародним визнанням досягнень науково-педагогічного колективу вузу і ставить Полтавський університет економіки і торгівлі в один ряд з провідними ВНЗ світу;

б) асоційованим членом ради ректорів ВНЗ споживчої кооперації країн СНД, яка націлена на відродження співпраці науково-педагогічних колективів кооперативних ВНЗ для вирішення спільними зусиллями проблемних питань науково-практичної підготовки фахівців на рівні сучасних вимог. До її складу входять: Азербайджанський університет кооперації; Білоруський торгово-економічний університет споживчої кооперації; Карагандинський економічний університет Казспоживспілки; Кооперативно-торговий університет Молдови; Львівська комерційна академія; Таджицький державний університет комерції;

в) європейська академія ритейлу – освітня мережа, створена в першу чергу для організації професійного діалогу (діалогу B2B) між ВНЗ, а також для допомоги тим учасникам ринку ритейлу, які шукають контакти в інших країнах.

ПУЕТ активно співпрацює з такими міжнародними організаціями, як: фонд Роберта Боша; корпус Миру США; AIESEC (міжнародна молодіжна організація, що об'єднує молодь зі 107 країн світу); українські відділення CampusFrance та British Council; Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX); офіс програми імені Фулбрайта; німецька служба академічних обмінів (DAAD); компанія «GO USA»; освітньо-консультаційний центр «Освіта».

У ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» працюють Азербайджанський культурно-освітній центр, Культурно-лінгвістичний центр Китаю (проводяться поетапні короткотермінові курси китайської мови), Центр німецької мови і культури (щорічно для студентів та співробітників університету безкоштовно проводяться курси німецької мови), Полтавський центр євроатлантичної інтеграції, Центр французької мови і культури (безкоштовно проводяться поетапні курси французької мови для співробітників та студентів університету), Грузинський культурно-освітній центр.

Основними програмами стажування для студентів є: Туреччина – стажування студентів у мережі готелів Анталії (Papillon Group Hotels); Єгипет – стажування у туристичному комплексі Serenity Makadi Heights; Чорногорія – стажування студентів у Hotel Education Center (HEC College of Montenegro); Польща – стажування студентів у готельно-ресторанному комплексі Вілла Сандра; США – стажування студентів в рамках літньої програми стажування Work & Travel USA; Азербайджан – стажування студентів на базі Бакинського

*ПРОБЛЕМИ ОСВІТИ  
ТА МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ*

---

слов'янського університету; Бельгія – стажування студентів на базі Вищої школи Ено Кондорсе; Німеччина – стажування студентів на базі Інституту мов м. Кассель; Китай – стажування студентів на базі Аньхойського університету.

Успіх міжнародної діяльності університету залежить від сталих партнерських відносин з університетами різних країн, особистих контактів професорів, наукові праці яких є авторитетними для вчених багатьох країн світу. ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ» здійснює міжнародне співробітництво з більш ніж 50 зарубіжними навчальними закладами.

2. *Інститут заочно-дистанційної освіти (ІЗДО)*. Інститут створено на базі відділу заочно-дистанційного навчання заочного факультету у січні 2012 р. Його діяльність спрямована на впровадження дистанційної форми навчання та розвиток дистанційних технологій у денній та заочній формах навчання.

До складу організаційної структури ІЗДО входять: головний науково-навчальний центр дистанційного навчання; сектор розробки навчальних веб-ресурсів і відео студій; Білгород-Дністровський локальний центр дистанційного навчання; Житомирський локальний центр дистанційного навчання; Кіровоградський локальний центр дистанційного навчання; Миколаївський локальний центр дистанційного навчання; Новомосковський локальний центр дистанційного навчання; Харківський локальний центр дистанційного навчання; Херсонський локальний центр дистанційного навчання; Черкаський локальний центр дистанційного навчання; Чернігівський локальний центр дистанційного навчання.

2012-го року здійснено перший набір на навчання студентів за дистанційною формою. Її обрали понад 1 тис. абітурієнтів університету.

3. *Матеріально-технічна база*. Університет має сучасну матеріально-технічну базу:

- загальна площа навчально-лабораторних корпусів перевищує 52,7 тис. кв. м.;
- чотири студентські гуртожитки, де проживають 2054 студенти,
- 50 мультимедійних лекційних аудиторій та комп'ютерних класів;
- спортивний комплекс;
- навчально-виробничий комбінат громадського харчування;
- комп'ютерний парк університету, що налічує 1500 ПЕОМ, які об'єднані в єдину університетську локальну мережу з можливостями доступу до мережі Internet та Uran;
- редакційно-видавничий центр, що забезпечує щороку друк навчально-методичної та наукової літератури обсягом понад 500 д.а.;

## *EDUCATIONAL PROBLEMS AND THE METHODS OF TEACHING IN HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS*

---

- фонди наукової і навчальної літератури, що налічують понад 370 тисяч примірників, які постійно поповнюються.

### II. Конкурентні переваги для абітурієнтів.

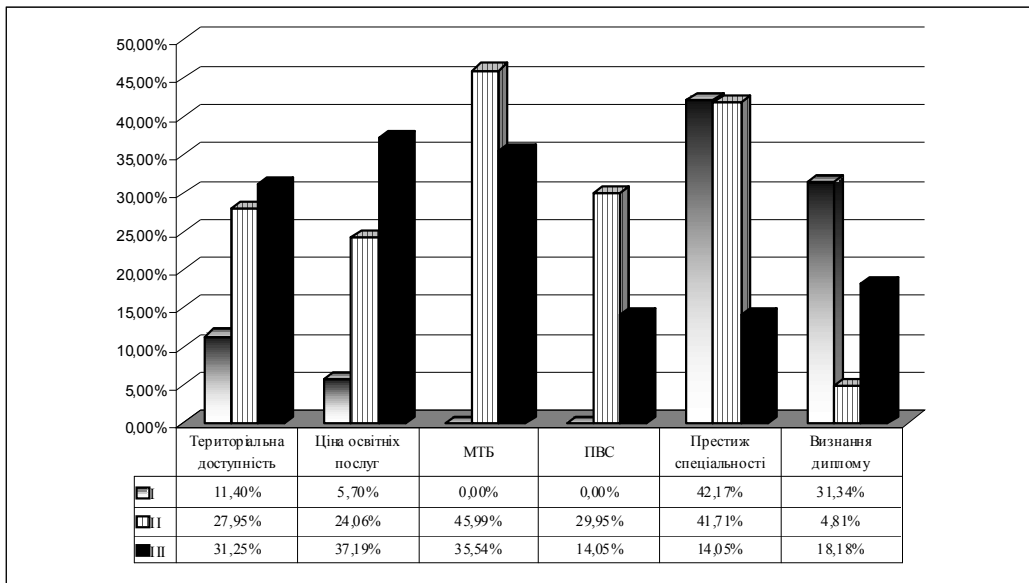
За результатами дослідження визначено наступні конкурентні переваги ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ»:

1. Працевлаштування. Гарантоване надання першого робочого місця.
  2. Ціна освітніх послуг (на 20% нижче у регіоні). Гнучка система оплати, соціальні пільги для окремих категорій населення.
  3. Стівідсоткове забезпечення іногородніх студентів гуртожитком.
  4. Стипендіальне забезпечення студентів, що навчаються на контрактній основі. Соціальні пільги для окремих верств населення.
  5. Безкоштовний доступ до мережі інтернет як в університеті, так і в гуртожитках.
  6. Закордонне стажування і розгалужена база практики.
  7. Якісний склад професорсько-викладацького складу – 80% докторів економічних наук Полтавського регіону є нашими викладачами.
  8. Сучасна унікальна економічна бібліотека з електронними читальними залами та найбільшою кількістю примірників літератури.
  9. Найбільший ВНЗ в Полтавському регіоні, який налічує 11 000 студентів.
- Альтернативними конкурентними перевагами виступають також: розвинена інфраструктура; прогресивність інформаційних технологій, що застосовуються у процесі навчання; наявність традицій та цікаве студентське життя; зручне місце розташування.

### III. Конкурентні переваги для реальних та потенційних споживачів освітніх послуг.

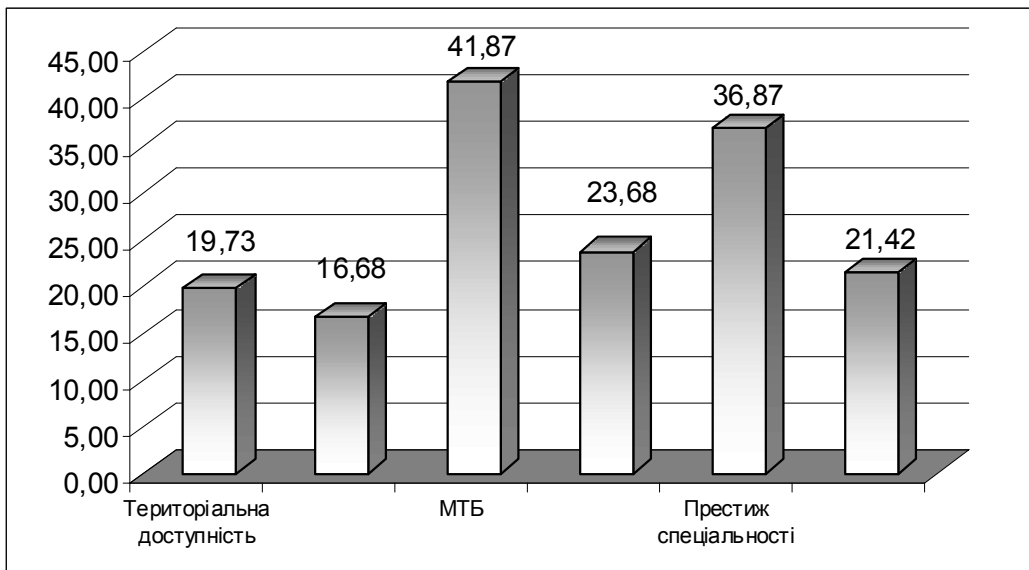
Що стосується оцінки конкурентних переваг даною цільовою аудиторією, всі респонденти сприймають їх дуже по-різному [10]. Перша група досліджених (студенти 1-го курсу), враховуючи перший рік навчання у ВНЗ і відрізняючись неможливістю об'єктивно оцінити деякі показники, водночас досить важливими вважає фактор престижу спеціальностей та визнання диплому. Респонденти II-ї групи (студенти 3-го і 4-го курсу) найважливішими конкурентними перевагами вбачають відповідність матеріально-технічної бази (МТБ) ринковому статусу вищого навчального закладу, престиж спеціальності та високу кваліфікацію професорсько-викладацького складу (ПВС). Остання, III група респондентів (студенти 5-го, випускного курсу) надає важливості факторам територіальної доступності вищого закладу освіти, матеріально – технічного забезпечення ВНЗ та обґрунтованої ціни освітніх послуг (рис. 1).

**ПРОБЛЕМИ ОСВІТИ  
ТА МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ**



*Рис. 1. Конкурентні переваги ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ» для реальних споживачів освітніх послуг [10]*

В свою чергу, вагомість конкурентних переваг для потенційних споживачів освітніх послуг у даному ВНЗ виглядає наступним чином, (рис. 2).



*Рис. 2. Конкурентні переваги ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ» для потенційних споживачів освітніх послуг, (%) [10]*



**Висновки з даного дослідження.** За результатами наведених теоретичних досліджень, рекомендовано надати наступні практичні пропозиції: посилити лобювання інтересів ВНЗ «ПУЕТ» в органах державного та муніципального управління; враховуючи тенденцію появи нових професій та потребу у фахівцях вузьких сфер знань, пропонувати ринку освітніх послуг нові спеціальності, програми підготовки, розширювати обмін освітніми програмами з українськими та іноземними вузами; вдосконалити ключові позиції сайту університету тощо. Зазначені позиції зможуть якісно вплинути на підвищення конкурентного потенціалу ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**Список використаних джерел:**

1. Ansoff, I.H. (2013). *Implanting Strategies Management*. Prentice Hall International, New York, 818 p.
2. Blau, P. (2014). *Organisation of Academic Work*. Wiley – Interscience, New York, 650 p.
3. Dahrendorf, R. A. (2010). *History of London School of Economics and Political Science 1895 – 2010*. Oxford University Press, Oxford, 734 p.
4. Duderstadt, J. (2010). *A University for the 21 Century*. 3<sup>rd</sup> ed. The Michigan University Press, Michigan, 488 p.
5. Kotler, P. (2008). *Marketing Management*. 2<sup>nd</sup> ed. Prentice Hall International, New York, 711 p.
6. Keller, G. (2013). *Academic Strategy*. John Hopkins University Press, Baltimore, 314 p.
7. Lorange, P. (2012). *New Vision for Management Education: Leadership Challenges*. Pergamon Press, Oxford, 520 p.
8. Офіційний сайт Полтавського університету економіки і торгівлі <http://puet.edu.ua>
9. Thompson, A.J., & Strikland, A.J. (2014). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Business Publication, Texas, 572 p.
10. Яловега Н. І. Маркетингові аспекти комунікаційної діяльності вищих навчальних закладів : [монографія] / Н. І. Яловега. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 203 с.

**Volodymyr Stetsenko**, Candidate of Economic Sciences,  
Higher educational institution of Ukoopspilka  
«Poltava University of Economics and trade», Poltava

**COMPETITIVE ADVANTAGES OF A HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION:  
MODERN CONTENT**

*Annotation*

The article deals with the research of competitive advantages of higher educational institution at the example of HEIU «Poltava University of economics and trade». There was noted that competitiveness of the educational branch shows itself in the internal and external competitive advantages which increase the importance of higher educational institutions at the market. Higher educational institution cannot influence on the external competitive advantages, but it can carefully analyze them in order to conform to them, but the administration and appropriate personnel of HEI can control the internal competitive advantages. For better understanding the types of the internal competitive advantages for the research of HEI, the author proposed the following directions: strategic competitive advantages, competitive advantages for university entrants, competitive advantages for actual and potential consumers of the educational services. The article gave a detailed description of the definite aspects with the aim of their improvement and further monitoring.

## ПРОБЛЕМИ ОСВІТИ ТА МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Keywords: educational services market, higher educational institution, competitiveness, external competitive advantages, internal competitive advantages, university entrants, consumers of educational services.

### **References:**

1. Ansoff, I.H. (2013). *Implanting Strategies Management*. Prentice Hall International, New York, 818 p.
2. Blau, P. (2014). *Organisation of Academic Work*. Wiley – Interscience, New York, 650 p.
3. Dahrendorf, R. A. (2010). *History of London School of Economics and Political Science 1895 – 2010*. Oxford University Press, Oxford, 734 p.
4. Duderstadt, J. (2010). *A University for the 21 Century*. 3<sup>rd</sup> ed. The Michigan University Press, Michigan, 488 p.
5. Kotler, P. (2008). *Marketing Management*. 2<sup>nd</sup> ed. Prentice Hall International, New York, 711 p.
6. Keller, G. (2013). *Academic Strategy*. John Hopkins University Press, Baltimore, 314 p.
7. Lorange, P. (2012). *New Vision for Management Education: Leadership Challenges*. Pergamon Press, Oxford, 520 p.
8. Official site of Poltava University of Economics and Trade. Available at: <http://puet.edu.ua> (in Ukr.).
9. Thompson, A.J., & Strikland, A.J. (2014). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Business Publication, Texas, 572 p.
10. Yalovega, N.I. (2008). *Marketynhovi aspekty komunikatsiyanoi diyal'nosti vyshchyykh navchal'nykh zakladiv* [Marketing aspects of communication activity of higher educational institutions]. PUET, Poltava, 203 p. (in Ukr.).

