

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО

БІЛИК МАРИНА ЮРІЇВНА



УДК 378.4:339.137.2

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Кременчук – 2021

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано в Кременчуцькому національному університеті імені Михайла Остроградського Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Труніна Ірина Михайлівна,
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського
завідувач кафедри бізнес адміністрування,
маркетингу і туризму

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Сущенко Олена Анатоліївна,
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця,
завідувач кафедри туризму

кандидат економічних наук
Нефедова Тетяна Миколаївна,
Національний університет технологій та
дизайну,
доцент кафедри фінансів та фінансово-
економічної безпеки

Захист відбудеться 17 вересня 2021 р. о 12 год 00 хв на засіданні спеціалізованої вченої ради К 45.052.02 у Кременчуцькому національному університеті імені Михайла Остроградського за адресою: 39600, Полтавська обл., м. Кременчук, вул. Першотравнева, 20, ауд. 1122.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського за адресою: 39600, м. Кременчук, вул. Першотравнева, 20 та на сайті спеціалізованої вченої ради К 45.052.02 за електронною адресою: http://www.kdu.edu.ua/спец_рада/avtoref_recall.php?id_r=6.

Автореферат розісланий 17 серпня 2021 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



О. В. Мороз

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В умовах розвитку сучасної економіки все більшої актуальності набуває питання конкуренції між закладами вищої освіти. Динаміка структурних трансформацій на ринку освітніх послуг унаслідок демографічних змін, посилення міграційних процесів, появи іноземних конкурентів визначає можливості виживання та розвитку більшості закладів вищої освіти України. Балансування між вимогами до якості освіти, які висуває Міністерство освіти і науки України, і запитами стейкхолдерів, зокрема здобувачів вищої освіти, спонукає заклади вищої освіти здійснювати пошук нових джерел конкурентних переваг. Саме конкурентні переваги, сформовані закладом вищої освіти, підкреслюють його унікальність у конкурентному середовищі, є запорукою конкурентоспроможності й отримання максимальних економічних результатів. У сучасних умовах закладам вищої освіти необхідно розвивати власний ресурсний потенціал, який забезпечуватиме наявність конкурентних переваг. З урахуванням вищезазначеного особливої актуальності набуває питання формування конкурентних переваг закладів вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічні проблеми діяльності закладів вищої освіти у конкурентних умовах досліджували у своїх працях Л. І. Антошкіна, Т. М. Боголіб, Б. М. Данилишин, М. М. Зеркаль, Ю. М. Сірий, Р. Ю. Кігель, О. В. Рєвнівцева. Проблеми функціонування закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг досліджують такі вітчизняні вчені, як О. А. Кратт, І. В. Каленюк, Л. О. Цимбал, О. А. Карпюк, С. Ю. Кучеренко, С. М. Семенюк, Л. М. Хижняк, Т. А. Ящук, А. Б. Почтовюк, Т. М. Нефедова, Д. М. Загірняк, В. О. Зінченко, А. М. Лялюк. Проблеми формування конкурентних переваг підприємств і закладів вищої освіти висвітлюють у своїх дослідженнях Р. Altbach, L. Reisberg, H. Buchbinder, O. Newson, J. Chrisman, T. Hynes, S. Fraser, B. Clark, K. Coyne, T. Estermann, J. Granados, S. Hague, П. М. Дудко, В. О. Пірус, О. С. Пляшко, В. В. Бабіченко, І. А. Либак, І. М. Труніна, М. М. Хоменко, Н. А. Гуляєва, І. М. Семененко, А. В. Бідюк, Г. О. Селезньова, Є. А. Сисоєва, О. А. Сущенко, Н. В. Тарнавська, О. В. Вартанова, Н. П. Ткачова та ін.

Незважаючи на значну різноманітність і масштабність досліджень проблеми, сучасні економічні умови потребують розробки комплексного підходу до формування конкурентних переваг закладів вищої освіти. Саме це зумовило вибір теми, визначило мету, завдання та логіку дисертаційної роботи.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наукове дослідження було виконано згідно з планами науково-дослідних робіт Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського МОН України у межах науково-дослідних робіт: «Менеджмент організацій в умовах стратегічних змін» (номер державної реєстрації 0121U100325 від 12.01.2021 р.), у якій здобувач запропонував напрями позиціонування закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг на підставі проведеного анкетування респондентів. За темою «Соціально-економічний вимір розвитку бізнес-

середовища» (номер державної реєстрації 0121U100140 від 06.01.2021 р.), у якій автор запропонував систему показників оцінювання ресурсного потенціалу закладу вищої освіти за елементами: кадровим, матеріально-технічним, інформаційним, організаційним, фінансовим.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є розробка теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо формування конкурентних переваг закладів вищої освіти.

Реалізація мети зумовила необхідність визначення та розв'язання таких завдань:

визначено риси закладів вищої освіти як відкритої системи;

уточнено змістовне навантаження поняття «конкурентні переваги закладу вищої освіти»;

розроблено послідовність етапів формування конкурентних переваг закладів вищої освіти;

здійснено дослідження конкурентного середовища функціонування закладів вищої освіти України;

проведено аналіз показників діяльності Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського;

оцінено ресурсний потенціал Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського та побудовано рівняння регресії за методом планування експерименту;

запропоновано розробку концепції освітньої програми на основі застосування бізнес-моделі Canvas;

проведено моніторинг конкурентних переваг закладів вищої освіти;

обґрунтовано стратегічні рішення щодо просування освітньої програми.

Об'єктом дослідження є процес формування конкурентних переваг закладів вищої освіти.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти формування конкурентних переваг закладів вищої освіти.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених у дисертаційній роботі завдань використано широкий набір теоретичних та емпіричних методів наукового пізнання: *теоретичного узагальнення* – при уточненні змістовного навантаження визначення «конкурентні переваги закладу вищої освіти»; *синтезу* – при розробці послідовності етапів формування конкурентних переваг закладів вищої освіти із застосуванням ресурсного підходу та концепції стейкхолдер-менеджменту; при поєднанні елементів бізнес-моделі Canvas і критеріїв оцінювання якості освітньої програми, визначених Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти; *статистичні методи порівняльного аналізу* для дослідження середовища функціонування закладів вищої освіти, зокрема діяльності Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; *групування та комбінаторики* – при визначенні елементів ресурсного потенціалу закладу вищої освіти; *математичного моделювання* – для оцінювання впливу чинників під час побудови рівняння регресії шляхом планування експерименту першого порядку; *діагностичний* – під час проведення анкетування респондентів; *імітаційного моделювання* – для побудови

імітаційної моделі за допомогою програмного забезпечення AnyLogic; *графічного зображення* – для наочного відображення результатів дослідження.

Інформаційною та емпіричною базою дисертації є дані Державної служби статистики України, звітність Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, матеріали монографічних досліджень вітчизняних і зарубіжних учених, ресурси мережі Internet. Джерелами первісної інформації є матеріали власних досліджень. Нормативно-правовою базою наукового дослідження є Закони України, Постанови Кабінету Міністрів України.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що:

уперше:

розроблено концепцію освітньої програми, яка розглядається як бізнес-модель і дозволяє сформувати продуктивний портфель закладів вищої освіти, що є підґрунтям формування конкурентних переваг закладів вищої освіти;

удосконалено:

комплекс кількісно-якісних показників діяльності закладу вищої освіти для оцінювання його конкурентоздатності, що надає можливість визначати конкурентні переваги закладу вищої освіти;

підхід до оцінювання ресурсного потенціалу закладу вищої освіти на підставі визначення інтегрального показника за характеристиками елементів (кадровим, матеріально-технічним, організаційним, інформаційним, фінансовим), і побудова рівняння регресії за методом планування експерименту першого порядку, що дозволяє виявити вплив заданих елементів на формування конкурентних переваг закладів вищої освіти за певний проміжок часу;

набуло подальшого розвитку:

підхід до представлення закладу вищої освіти як відкритої системи, який функціонує на ринку освітніх послуг і є виробником освітнього продукту – освітньої програми, що на відміну від інших визначається сукупністю структурних елементів, бізнес-процесів, маркетингового середовища, що дозволяє застосовувати маркетинговий інструментарій для формування конкурентних переваг закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг;

змістовне навантаження поняття «конкурентні переваги закладів вищої освіти», яке на відміну від наявних дефініцій розглянуто як здатність закладу вищої освіти на підставі ефективного використання (комбінацій) усіх наявних видів ресурсів і компетенцій створювати споживчу цінність (освітній продукт), що відповідає очікуванням і запитам стейкхолдерів на ринку освітніх послуг;

підхід до формування конкурентних переваг закладів вищої освіти на підставі визначення й урахування інтересів зовнішніх стейкхолдерів (держави, суспільства, бізнес-спільноти, зовнішніх партнерів) і внутрішніх стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, персоналу закладу вищої освіти (адміністративно-управлінського та науково-педагогічного)), що створює базис формування стратегічних напрямів закладу вищої освіти;

аналіз виявлення конкурентних переваг закладів вищої освіти, заснований на проведенні опитування респондентів – безпосередніх та потенційних споживачів освітніх програм, що дозволило визначити основні напрями формування конкурентних переваг закладів вищої освіти.

Практичне значення одержаних результатів. Практична цінність результатів дослідження полягає у розробці напрямів і методів формування конкурентних переваг, які використано у діяльності закладів вищої освіти.

Значущість отриманих наукових результатів підтверджується експертизою і позитивними відгуками, які містяться у довідках про впровадження: ГО «Об'єднання маркетологів України» (довідка № 9 від 25.03.2021 р.) – кількісно-якісних показників аналізу середовища функціонування закладів вищої освіти для проведення маркетингових досліджень ринку освітніх послуг; Департамент освіти міста Кременчук (довідка № 01-30/715 від 15.04.2021 р.) – методів діагностики запитів стейкхолдерів; Міжнародний гуманітарний університет (довідка № 175/1 від 06.04.2021 р.) – концепції освітньої програми із застосуванням елементів бізнес-моделі Canvas; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля (довідка №470/1 від 19.04.2021 р.) – методики оцінки ресурсного потенціалу на основі визначення інтегрального показника за складовими (фінансовою, матеріально-технічною, організаційною, інформаційною, кадровою); Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського (довідка № 86/10 від 29.04.2021 р.) – пропозиції щодо створення відділу стратегічного маркетингу.

Особистий внесок здобувача. Наукові результати, що викладено у дисертації, отримано автором самостійно. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використані ті ідеї, положення, що є особистим внеском здобувача. Конкретний внесок здобувача у ці праці зазначений у списку публікацій за темою дисертації.

Апробація результатів дисертації. Результати дисертаційного дослідження апробовано у методичних розробках, рекомендаціях і пропозиціях, викладено у наукових статтях.

Основні результати дисертації доповідались, обговорювались і схвалені на: IX Mezinárodní vědecko-praktická conference «Věda a vznik – 2012/2013» Ekonomické vědy (Praha, 2012–2013 pp.), XIX–XX Міжнародних науково-практичних конференціях студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства» (м. Кременчук, 2012–2013 pp.), Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності» (м. Кременчук, 21–23 листопада, 2013 р.), XXIII Міжнародній науково-практичній конференції «Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я» (м. Харків, 2015 р.), XVIII Міжнародній науково-практичній конференції «Ідеї академіка В. І. Вернадського та проблеми сталого розвитку освіти і науки» (м. Кременчук, 11–13 травня 2018 р.), VII Міжнародній науковій конференції «Актуальні питання забезпечення стійкого розвитку національного господарства» (м. Кременчук, 24–25 листопада 2017 р.), XXV–XXVIII Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства» (м. Кременчук 2018 р., 2021 р.), International scientific-practical conference «Science and education in the modern world» (Karagandy, 2021).

Публікації. За результатами дисертаційної роботи опубліковано 25 наукових праць, у тому числі: 4 статті у наукових фахових виданнях, 1 стаття

у міжнародному періодичному виданні, 13 публікацій у матеріалах наукових конференцій, 7 наукових праць, які додатково відображають результати дисертації. Загальний обсяг публікацій складає 5,5 друк. арк., з яких особисто автору належить 3,5 друк. арк.

Обсяг і структура роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації становить 221 сторінку (основний текст дисертації – 182 сторінки) і містить 43 таблиці, 46 рисунків, 4 додатки, які розміщені на 17 сторінках, список використаних джерел з 200 найменувань, що розміщений на 21 сторінці.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету і завдання, визначено предмет, об'єкт і методи дослідження, висвітлено наукову новизну й практичне значення одержаних результатів, викладено результати їх апробації, розкрито особистий внесок здобувача.

У **першому розділі «Теоретичні засади формування конкурентних переваг закладів вищої освіти»** визначено риси закладу вищої освіти як відкритої системи, уточнено змістовне навантаження поняття «конкурентні переваги закладу вищої освіти», розроблено послідовність етапів формування конкурентних переваг закладів вищої освіти.

Заклад вищої освіти являє собою відкриту систему, тобто характеризується взаємодією із зовнішнім середовищем. Взаємодія визначається за рахунок надходження в організацію із зовнішнього середовища різних видів ресурсів і чинників, а також за рахунок впливу результатів діяльності закладів вищої освіти на зовнішнє середовище. Виокремлено риси закладів вищої освіти як бізнес-структури: комерціалізація та капіталізація знання, створення продуктового портфеля, використання маркетингових інструментів просування освітнього продукту, функціонування на ринку освітніх послуг. У сучасних конкурентних умовах освітні послуги закладів вищої освіти набувають форми товарного продукту – освітніх програм. Освітня програма – це комплекс освітніх і супутніх продуктів і послуг, спрямований на зміну освітнього рівня та/або професійної підготовки споживача і забезпечений відповідними ресурсами закладу вищої освіти.

Під конкурентними перевагами закладів вищої освіти у дисертаційній роботі запропоновано таке визначення – здатність закладу вищої освіти на основі ефективного використання (комбінацій) усіх наявних видів ресурсів і компетенцій створювати споживчу цінність (освітній продукт), який відповідає очікуванням і запитам стейкхолдерів більшою мірою порівняно з конкурентами на ринку освітніх послуг.

Визначено, що джерела конкурентних переваг мають ресурсні характеристики, тому формування конкурентних переваг можна розглядати з огляду на ресурсний підхід, який полягає у розвитку наявних і створенні нових ресурсів і компетенцій закладів вищої освіти та їх комбінацій. Здатність закладів

вищої освіти враховувати потреби й очікування стейкхолдерів становлять підґрунтя формування конкурентних переваг. Результати проведеного дослідження дозволили визначити послідовність етапів формування конкурентних переваг закладів вищої освіти на підставі ресурсного підходу та концепції стейкхолдер-менеджменту (рис. 1).

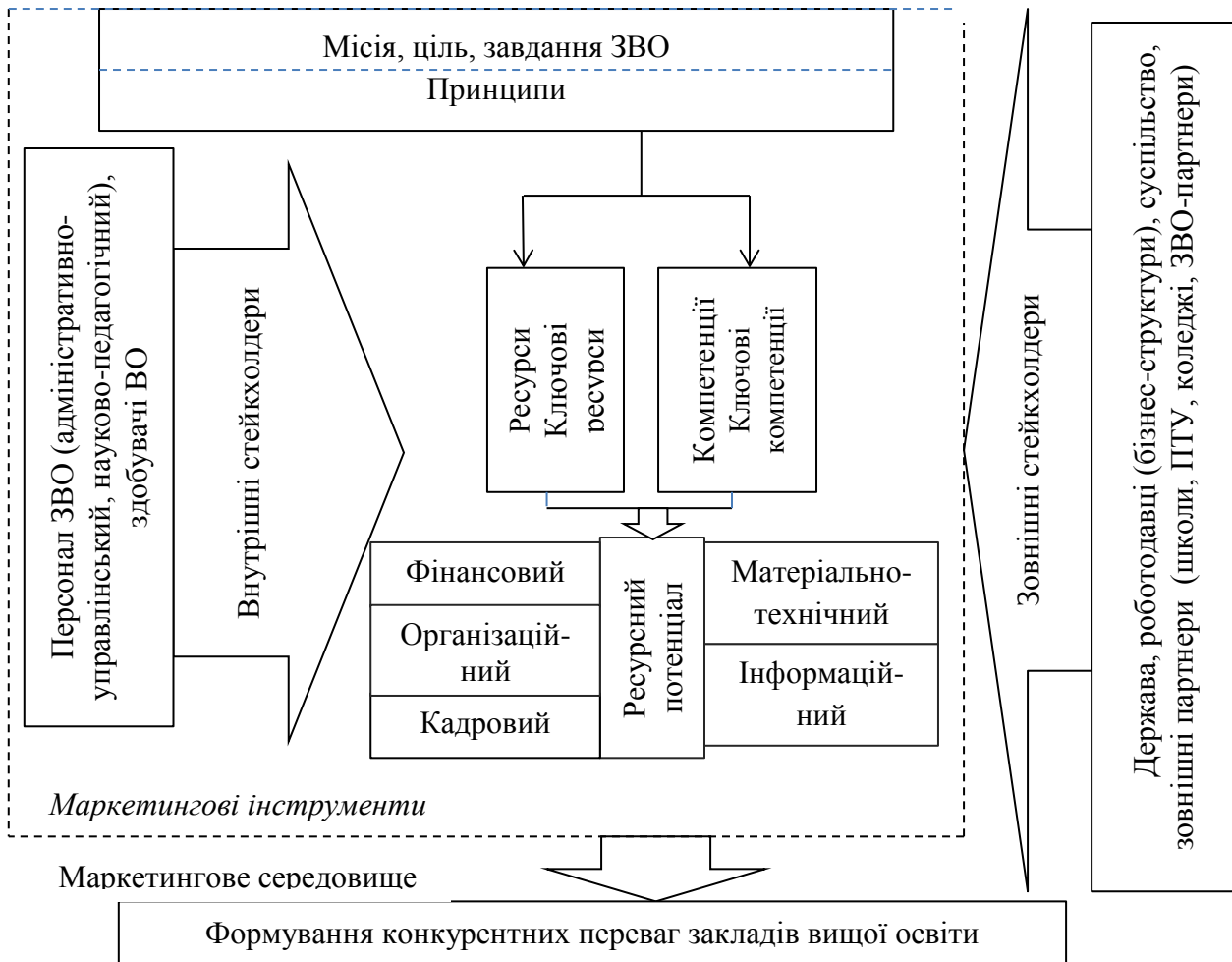


Рисунок 1 – Послідовність етапів формування конкурентних переваг закладів вищої освіти (Джерело: розроблено автором)

Ресурсний потенціал розглядається як базова складова формування конкурентних переваг закладів вищої освіти, який характеризується такими елементами: кадровим, матеріально-технічним, організаційним, фінансовим, інформаційним. Урахування інтересів зовнішніх стейкхолдерів (держави, суспільства, бізнес-спільноти, зовнішніх партнерів) і внутрішніх стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, персоналу закладу вищої освіти (адміністративно-управлінського та науково-педагогічного), дозволяють формувати стратегічні напрями (місію, ціль та завдання) закладу вищої освіти.

Характеристика особливостей закладів вищої освіти як відкритих систем, які функціонують на ринку освітніх послуг у конкурентних умовах, з урахуванням ресурсного потенціалу зумовила необхідність визначення напрямів і можливостей формування конкурентних переваг. Здійснення оцінювання

фактичного рівня ресурсного потенціалу закладів вищої освіти дозволить виявити ключові ресурси, які матимуть вплив на формування конкурентних переваг.

У другому розділі «Визначення напрямів та можливостей формування конкурентних переваг закладів вищої освіти» здійснено дослідження конкурентного середовища функціонування закладів вищої освіти України, проведено аналіз показників діяльності Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, здійснено оцінювання ресурсного потенціалу Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського та сформовано модель за методом планування експерименту першого порядку.

Результати проведених досліджень закладів вищої освіти в умовах конкуренції свідчать про волатильність попиту на освітні послуги з боку споживачів унаслідок різних чинників: демографічних коливань, конкуренції з боку іноземних закладів вищої освіти, зниження купівельної спроможності населення. Зберігається стабільна тенденція щодо різниці між зарахуванням і випуском здобувачів вищої освіти. Найбільша різниця спостерігалася у 2011–2012 рр. (–199492 особи). Слід зазначити, що суттєве скорочення абітурієнтів зазнали заклади вищої освіти I–II рівня акредитації – у 2019–2020 році контингент вступників скоротився на 62,4 % у порівнянні з 2010–2011 рр. Схожа ситуація спостерігається і у закладах вищої освіти III–IV рівнів акредитації – частка абітурієнтів скоротилася на 34,4 % у порівнянні з 2010–2011 роками. Найбільша концентрація закладів вищої освіти спостерігається у Дніпропетровській, Харківській, Одеській, Львівській областях та м. Києві, тому найбільша кількість студентів зосереджена у зазначених регіонах (23,7 % студентів (341 282 особи) навчаються в місті Києві, 11,5 % (165 230 осіб) – у Харківській області, 8,0 % (115 700 осіб) – у Львівській області, 7,5 % (107 995 осіб) – у Дніпропетровській області та 6,6 % (95 240 осіб) – в Одеській області. Така диспропорція може призвести до відтоку потенційних абітурієнтів з регіонів до найбільших міст, скорочення фінансування регіональних закладів вищої освіти, внутрішньої та зовнішньої міграції викладачів та ін.

Базою дослідження щодо формування конкурентних переваг було вибрано Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського (КрНУ). На підставі аналітичного звіту щодо виконання критеріїв надання та підтвердження статусу національного закладу вищої освіти, з урахуванням регіонального аспекту та визначених чинників порівняння було здійснено аналіз показників діяльності КрНУ та таких закладів вищої освіти: Ужгородського національного університету, Херсонського національного технічного університету, Чернігівського національного технологічного університету, Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка.

Таблиця 1 – Аналіз показників діяльності закладів вищої освіти

Критерії	УжНУ	ХНТУ	КрНУ	ЧНТУ	СНУ	ПолтНТУ
Q_s/P_c^D	71,45	59,77	64,7	79,4	58,86	112,02
$Q_s/1P$	12,43	10,24	14,24	20,6	9,37	18,51
$Q_s/100Q_s$	0,7	0	0,2	0,13	1,62	0,21
$P_{int}/100P$	2,43	0,73	2,78	5,4	10,51	2,58
$Q_s^{SW}/100Q_s$	0,56	2,96	3,26	1,18	1,27	1,46
\bar{Q}_s^{int}	1555	10,3	7	14	28	283,33
$\bar{Q}_s^{OЕСР}$	114	1	0	0	0	1
\bar{h}_i/Q_p	1,1	0,197	0,88	0,53	0,81	0,51
$Q_p^{5SW}/100Q_p$	12,94	7	14,51	13,7	8,08	11,08
Q_j	0	0	0	0,03	0	0,09
$Q_p^{5Dc}/100Q_p$	2,9	7	3,7	4,48	6,15	4,9
$IP/100Q_p$	4,63	23	9,57	0,96	1,28	197,68
$IP^c/100Q_p$	0,16	2	0	2,5	0	45,36

Згідно з аналізом діяльності КрНУ можна стверджувати, що заклад вищої освіти має конкурентні переваги за такими критеріями: щодо кількості здобувачів вищої освіти-переможців всеукраїнських конкурсів наукових робіт, щодо публікаційної активності науково-педагогічних працівників у БД Scopus / WoS за останні 5 років, щодо значень індексу Гірша науково-педагогічних працівників. Щодо слабких сторін можна виділити наступне: низький міжнародний і національний рейтинг КрНУ і як наслідок – незначна кількість іноземних студентів, відсутність спільних із іноземними закладами вищої освіти програм навчання, низька активність щодо комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, відсутність стратегії просування освітніх програм, моніторингу працевлаштування випускників.

Щодо обсягів фінансування наукових досліджень, то можна констатувати значне скорочення його частки. На 2017 рік припадає найбільший обсяг фінансування як загального, так і спеціального фондів, 2019 року спостерігається скорочення майже на 50 %. Щодо фонду оплати праці, протягом аналізованого періоду спостерігається його збільшення. Порівняно із 2019 роком фінансування оплати праці із загального та спеціального фондів у 2020 році збільшилося на 14,5 %. Коефіцієнт оновлення основних фондів має позитивну динаміку і порівняно з 2016 роком збільшився на 63 %. Показник вартості основних фондів на одного студента має тенденцію до зростання (на 31, 1% порівняно з 2016 роком).

Таблиця 2 – Показники діяльності КрНУ

Показник	2016	2017	2018	2019	2020
C_{fa}	114 596 644,4	116 017 247,6	119 962 753	121 014 150,6	122 255 334,6
C_{me}^5	0,19	0,19	0,23	0,3	0,31
Q_s	4867	4396	4472	4291	3947
$C_{fa}/1S$	23 545,6	26 391,5	26 825,3	28 201,9	30 974,2
$Sq/1S$	4,6	5,1	5,1	5,2	5,7

Станом на 2020 рік КрНУ здійснює підготовку фахівців за 71 освітньою програмою (35 бакалаврських і 36 магістерських).

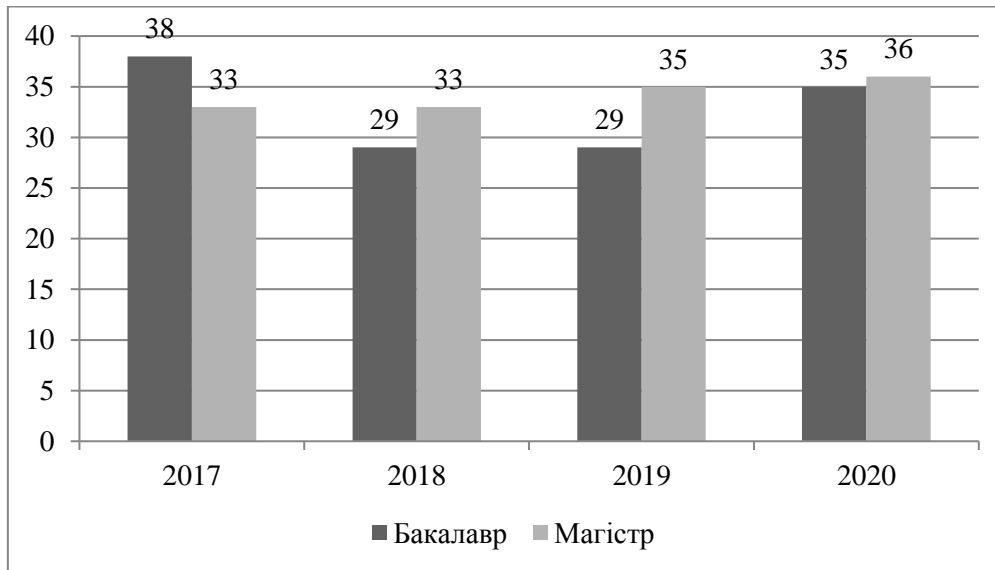


Рисунок 2 – Динаміка кількості освітніх програм КрНУ (Джерело: проаналізовано автором)

Контингент студентів денної та заочної форм навчання на освітніх програмах КрНУ 2020 року скоротився на 10,8 % порівняно з 2017 роком. Частка студентів, які навчаються за контрактом становить 67,4 %. Забезпечення освітніх програм здійснюють 255 науково-педагогічних працівників, із них 17,2 % мають науковий ступінь доктора наук, 57,2 % – кандидата наук.

Розвиток кожного закладу вищої освіти визначається ефективністю використання ресурсів, наявних у його розпорядженні. Актуалізація проблеми формування і використання ресурсного потенціалу закладу вищої освіти обумовлена тим, що ресурси відіграють важливу роль у формуванні конкурентних переваг. У дисертаційній роботі для оцінювання ресурсного потенціалу КрНУ застосовано інтегральний підхід, що передбачає синтез показників, які демонструють результати за елементами: кадровим (Н), фінансовим (F), організаційним (О), матеріально-технічним (М), інформаційним (І) (табл. 3).

Розрахунок інтегрального показника здійснювався за формулою 1:

$$I_p = \sqrt[5]{H_p \times M_p \times I_p \times O_p \times F_p} \quad (1)$$

де H_p, M_p, I_p, O_p, F_p – індекси рівня розвитку за елементами ресурсного потенціалу – кадрового, матеріально-технічного, інформаційного, організаційного, фінансового.

Таблиця 3 – Розрахунок значень елементів ресурсного потенціалу та інтегральний показник

Елемент ресурсного потенціалу		Вага	КрНУ		
			2017	2018	2019
Кадровий	H_1	0,03	0,0225	0,0228	0,0237
	H_2	0,25	0,1125	0,1175	0,125
	H_3	0,33	0,099	0,1155	0,1254
	H_4	0,17	0,1105	0,136	0,306
	H_5	0,22	0,2464	0,1672	0,2728
Значення елемента H			0,59	0,56	0,85
Матеріально-технічний	M_1	0,17	0,2482	0,2482	0,2482
	M_2	0,16	0,1024	0,1024	0,1024
	M_3	0,24	0,2112	0,2136	0,2256
	M_4	0,18	0,1296	0,1296	0,1332
	M_5	0,25	0,095	0,115	0,15
Значення елемента M			0,78	0,81	0,85
Інформаційний	I_1	0,24	0,18	0,18	0,18
	I_2	0,17	0	0,17	0,17
	I_3	0,17	0,102	0,119	0,136
	I_4	0,27	0,2484	0,1755	0,297
	I_5	0,15	0,09	0,105	0,114
Значення елемента I			0,62	0,75	0,89
Організаційний	O_1	0,2	0,156	0,176	0,232
	O_2	0,19	0,1729	0,1843	0,2098
	O_3	0,1	0,1	0,1	0,042
	O_4	0,18	0	0	0
	O_5	0,32	0	0,16	0,16
Значення елемента O			0,43	0,62	0,64
Фінансовий	F_1	0,31	0,062	0,124	0,062
	F_2	0,22	0,1782	0,2002	0,2046
	F_3	0,17	0,1819	0,2346	0,102
	F_4	0,17	0,187	0,2346	0,1122
	F_5	0,13	0,078	0,0884	0,091
Значення елемента F			0,68	0,88	0,57
Інтегральний показник рівня розвитку ресурсного потенціалу			0,61	0,71	0,75

Рівні розвитку згідно зі шкалою Харрінгтона визначені у такий спосіб: 0–0,29 – дуже низький рівень розвитку, 0,3–0,49 – низький рівень розвитку, 0,5–0,63 – достатній рівень розвитку, 0,64–0,80 – середній рівень розвитку, 0,81–1,0 – високий рівень розвитку. Визначення інтегрального показника за три роки свідчить про те, що у 2017 році показник був у межах достатнього рівня, а у 2018–2019 роках досягнув середнього рівня. Графічна інтерпретація інтегрального показника за елементами наведена на рис. 3.

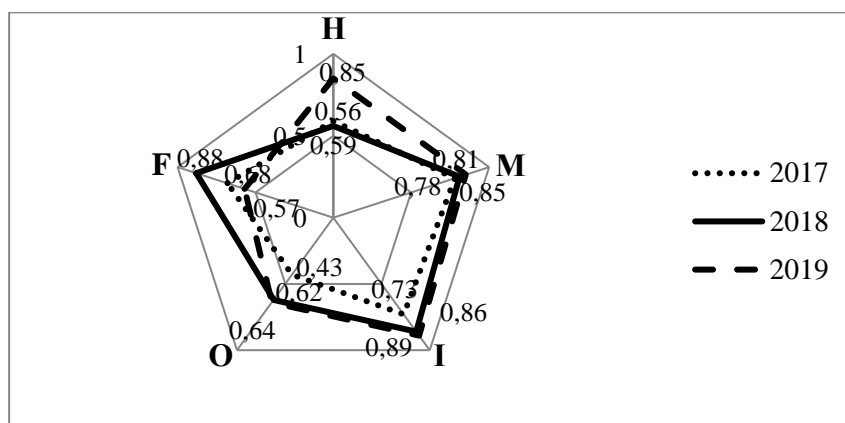


Рисунок 3 – Графоаналітичне подання результатів розрахунку за елементами ресурсного потенціалу ЗВО (Джерело: побудовано автором)

За результатами оцінювання інтегрального показника для виявлення чинників, які мають найбільший вплив на ресурсний потенціал КрНУ, побудовано рівняння регресії за методом планування експерименту першого порядку. Для моделювання вибрано три чинники, які мають найвищі показники: кадровий (X_1), матеріально-технічний (X_2) та інформаційний (X_3). Згідно з розрахунками модель матиме такий вигляд:

$$\bar{Y} = 0,31625 + 0,09625 \times X_1 + 0,10375 \times X_2 + 0,09875 \times X_3 + 0,03375 \times X_1 \times X_2 + 0,02875 \times X_1 \times X_3 + 0,03125 \times X_2 \times X_3$$

Отримана модель задовольняє вимоги до адекватності відповідно до розрахованого коефіцієнта детермінації ($R\text{-squared} = 99,6147$ percent). Для визначення впливу аналізованих чинників побудовано карту Парето (рис. 4).

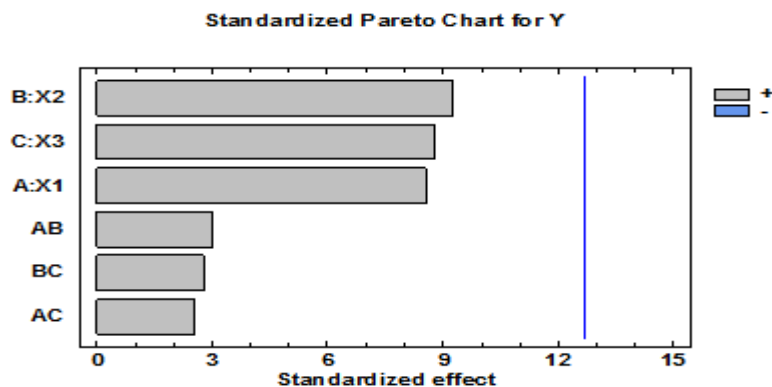


Рисунок 4 – Карта Парето для параметра \bar{Y} (Джерело: побудовано автором)

Щодо карти Парето, наведеної на рисунку 4, можна зробити висновок, що найбільший вплив серед зазначених чинників має чинник X_2 , до того ж якщо розглядати парність чинників, то чинники X_1X_2 здійснюють найбільший вплив на ресурсний потенціал закладу вищої освіти. Графічно вплив цих двох виділених чинників зображено на рис. 5.

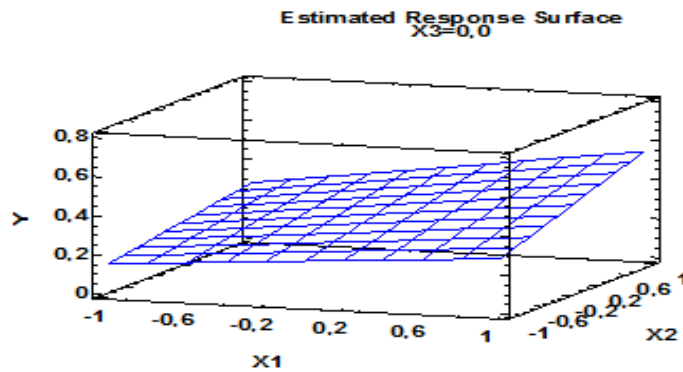


Рисунок 5 – Графоаналітична інтерпретація чинників впливу X_1X_2 на параметр \bar{Y} (Джерело: побудовано автором)

Отримані результати щодо побудови математичної моделі дозволяють оптимізувати чинники впливу на ресурсний потенціал закладу вищої освіти за будь-який період. Проведення оцінювання ресурсного потенціалу КрНУ вказує на доцільність нарощування окремих елементів ресурсного потенціалу закладу вищої освіти з метою формування такого його рівня, який дозволив би ефективно реалізовувати стратегічні напрями розвитку. Таким чином, проведення оцінювання ресурсного потенціалу КрНУ у процесі формування його конкурентних переваг надали можливість дійти висновку про необхідність розробки організаційно-економічних рішень з метою подальшого вдосконалення процесу формування конкурентних переваг закладів вищої освіти.

У третьому розділі «Організаційно-економічні засади формування конкурентних переваг закладів вищої освіти» здійснено розробку концепції освітньої програми на основі застосування бізнес-моделі Canvas, проведено моніторинг конкурентних переваг закладів вищої освіти, обґрунтовано стратегічні рішення щодо просування освітньої програми закладу вищої освіти.

Для формування концепції освітньої програми були синтезовані елементи Business Model Canvas (клієнтський сегмент, унікальна ціннісна пропозиція, ключові партнери, основні напрями діяльності, ключові ресурси, відносини з клієнтами, канали зв'язку) та критерії оцінювання якості освітньої програми, визначені Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти (рис. 6). Використання елементів (та/або їх комбінацій) Canvas бізнес-моделі завдяки маркетинговим інструментам дозволяє створити конкурентну перевагу закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг і сформує продуктовий портфель.

У межах дослідження проведено опитування щодо виявлення конкурентних переваг закладу вищої освіти. Метод опитування респондентів щодо чинників і мотивів вибору закладу вищої освіти дозволяє змоделювати поведінку споживачів освітніх програм, отримати дані щодо основних джерел інформації про заклад вищої освіти, виявити чинники, що впливають на споживачів на основних етапах прийняття рішення про вибір освітньої програми.

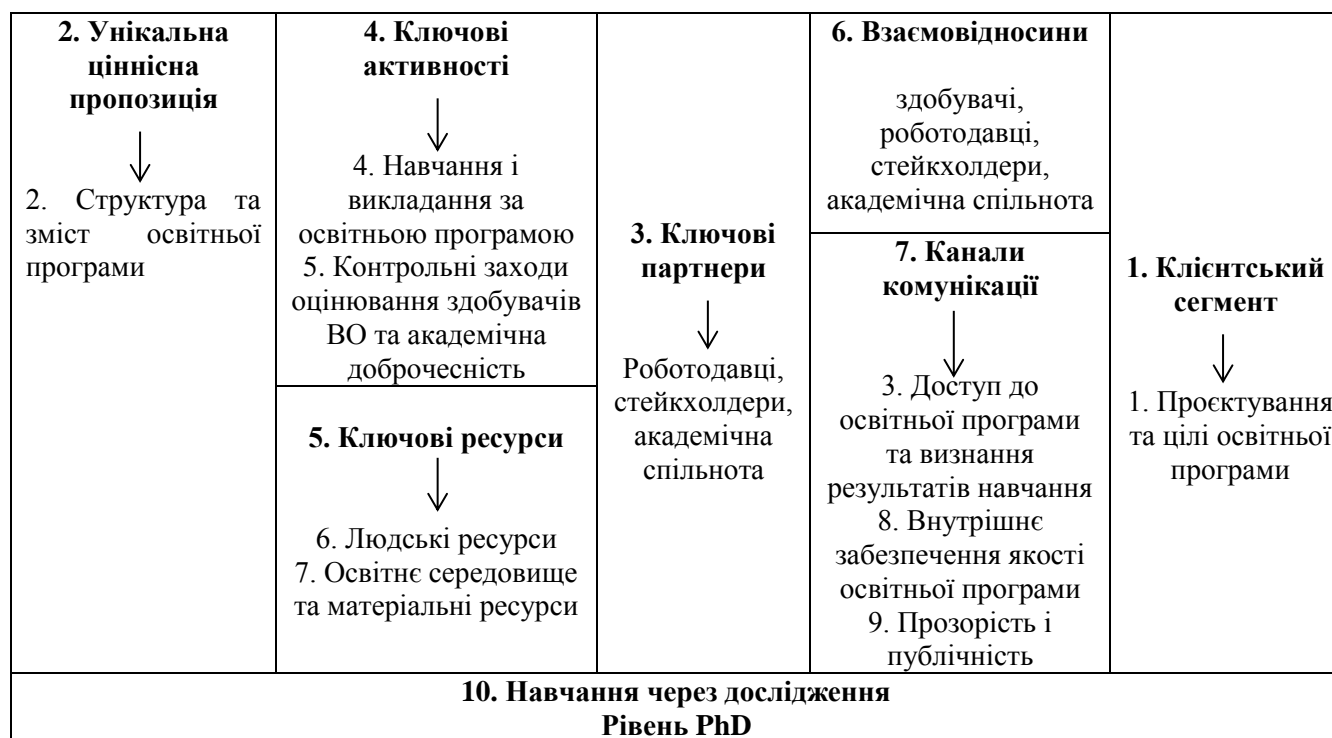


Рисунок 6 – Освітня програма як продукт (Джерело: побудовано автором)

У процесі дослідження було здійснено аналіз результатів опитування 171 респондента за період 2021 року, серед яких 33,1 % – школярі, 17,4 % – здобувачі, які навчаються у закладах вищої освіти I–II рівнів акредитації, 49,5 % – здобувачі, які навчаються у закладах вищої освіти III–IV рівнів акредитації. Визначено основні напрями виявлення конкурентних переваг закладу вищої освіти: освітні програми, кваліфікація науково-педагогічних працівників, затребуваність випускників на ринку праці.

Важливе значення у процесі реалізації освітньої програми на ринку освітніх послуг має робота відповідних служб закладу вищої освіти, зокрема відділу стратегічного маркетингу, пропозиція створення якого обґрунтована у дисертаційній роботі. Зокрема здійснено розрахунок економічної ефективності впровадження відділу: показник чистої приведеної вартості становитиме 1416 тис. грн, рентабельність інвестицій становитиме 1,35, термін окупності складе два роки і два місяці. На підставі проведених розрахунків можна зробити висновок, що інвестування у створення відділу стратегічного маркетингу для КрНУ є економічно вигідним. Одним із завдань відділу буде застосування імітаційного моделювання щодо поведінки споживачів освітніх програм, в основу якого покладено побудову адекватної моделі реального об'єкта і динаміки його функціонування. Імітаційне моделювання поведінки споживачів має забезпечити можливість вибору оптимальної ринкової стратегії для досягнення за певний проміжок часу заданої кількості споживачів освітнього продукту з мінімальними витратами для їх залучення. Для імітації поведінки потенційних споживачів освітніх програм запропоновано програмне забезпечення AnyLogic. Програма має необхідний інструментарій, що дозволить

провести імітацію поведінки потенційних споживачів освітньої програми КрНУ з використанням агентного підходу.

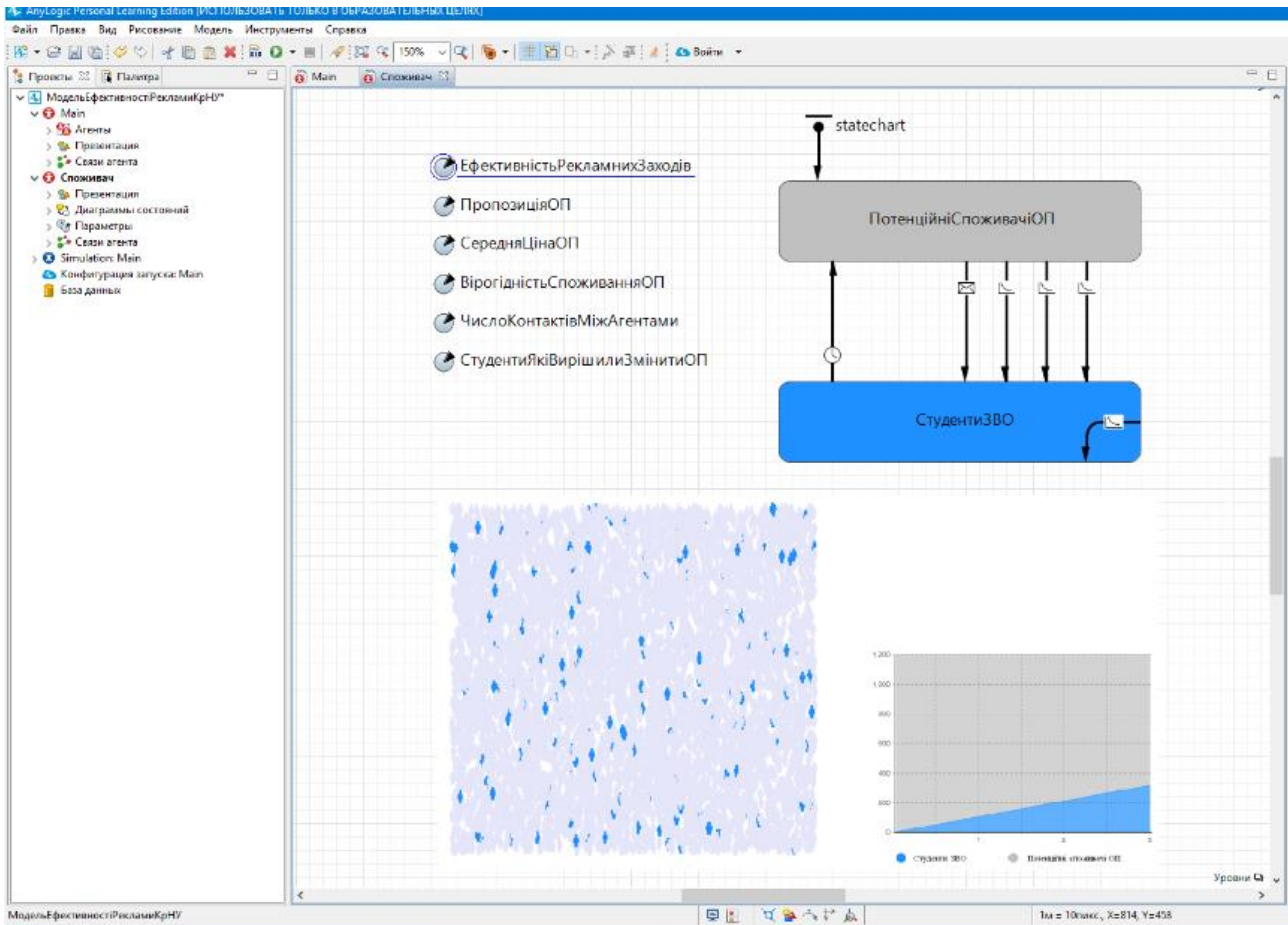


Рисунок 7 – Імітаційна модель з використанням агентного підходу (Джерело: побудовано автором)

Для побудови імітаційної моделі були враховані такі чинники: витрати на рекламні заходи, середня ціна освітньої програми, пропозиція освітніх програм, вірогідність споживання, число контактів між агентами. Модель дозволила спрогнозувати наступні результати: кількість абітурієнтів за перший період збільшилася до 150 осіб, за другий період становитиме 200 осіб, а за третій – досягне максимального значення 350 осіб. Проведені розрахунки з використанням агентного підходу до імітаційного моделювання дали змогу отримати інформацію щодо додаткової кількості абітурієнтів КрНУ. Такий вид моделювання може бути використаний для підтримки прийняття рішень щодо просування освітніх програм, що матиме вплив на формування конкурентних переваг закладу вищої освіти.

ВИСНОВКИ

У дисертації розв'язано важливе науково-практичне завдання, що полягає у розробці напрямів і методів формування конкурентних переваг закладів вищої освіти. За результатами дослідження обґрунтовано та сформульовано такі висновки:

1. Обґрунтовано поняття закладу вищої освіти як відкритої системи, що функціонує на ринку освітніх послуг і є виробником освітнього продукту – освітньої програми. Заклад вищої освіти характеризується наявністю бізнес-процесів, що означає необхідність оптимізації взаємодії основних елементів на всіх рівнях управління, переходу від ситуативного до стратегічного планування ресурсів у закладах вищої освіти. Застосування маркетингових інструментів дозволить ідентифікувати чинники змін, від яких залежить здатність закладів вищої освіти скористатися можливостями, що відкриваються, і знизити ризики з боку негативних явищ і тенденцій як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Визначено, що необхідною умовою успішної діяльності закладу вищої освіти, котрий формує пропозицію на ринку освітніх послуг, є наявність конкурентної переваги, на розвиток і утримання якої у подальшому будуть спрямовані маркетингові зусилля.

2. Визначено змістовне навантаження поняття «конкурентні переваги закладів вищої освіти» як здатність закладу вищої освіти формувати конкурентний освітній продукт відповідно до наявних ресурсів і компетенцій, і який задовольняє запити й очікування зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів на ринку освітніх послуг.

3. Визначено, що джерела конкурентних переваг мають ресурсні характеристики – матеріально-технічні ресурси, кадрові, організаційні, інформаційні та фінансові ресурси. Визначено послідовність етапів формування конкурентних переваг закладів вищої освіти з урахування інтересів зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів, рівня розвитку ресурсного потенціалу, що дозволяє визначати стратегічні напрями (місію, ціль та завдання) формування конкурентних переваг закладів вищої освіти.

4. Здійснено оцінювання впливу середовища функціонування закладів вищої освіти на підставі використання публічної інформації. Аналіз показав, що заклади вищої освіти функціонують в умовах конкуренції, що характеризується значною кількістю освітніх організацій при волатильності попиту на освітні послуги з боку споживачів унаслідок таких чинників: демографічного спаду, конкуренції з боку іноземних закладів вищої освіти, зниження купівельної спроможності населення.

5. Узагальнено комплекс кількісно-якісних показників діяльності Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського і встановлено, що сильними сторонами КрНУ є висококваліфікований кадровий склад, динамічний розвиток матеріально-технічної бази, позитивна акредитація більшості освітніх програм та ін. Щодо слабких сторін можна виділити наступне: низький міжнародний і національний рейтинг закладу вищої освіти, незначна кількість іноземних студентів, низька активність щодо комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, відсутність стратегії просування освітніх програм, моніторингу працевлаштування випускників.

6. Розроблено підхід до оцінювання ресурсного потенціалу закладу вищої освіти на підставі визначення інтегрального показника, який містить п'ять елементів – кадровий, матеріально-технічний, інформаційний, організаційний, фінансовий. Визначено інтегральний показник за шкалою Харрінгтона: 2017 року показник був у межах достатнього рівня (що означає достатність внутрішніх ресурсів щодо формування конкурентних переваг), а у 2018–2019

роках відбулося зростання до середнього рівня (за рахунок збільшення значення за кадровим елементом). Застосовано метод планування експерименту першого порядку, який показав, що найбільший вплив на формування конкурентних переваг мають кадровий і матеріально-технічний елемент.

7. Здійснено розробку концепції освітньої програми. Для формування концепції освітньої програми були синтезовані сім елементів Business Model Canvas і десять критеріїв оцінювання якості освітньої програми, визначені Національним агенством із забезпечення якості вищої освіти. Обґрунтовано, що формування конкурентоспроможної освітньої програми можливо через залучення певних видів ресурсів, які є у наявності закладу вищої освіти відповідно до його профільності й з урахуванням потреб стейкхолдерів. Застосування бізнес-моделі дозволяє сформувати продуктовий портфель закладу вищої освіти.

8. Визначено такі напрями формування конкурентних переваг: освітні програми, кваліфікація науково-педагогічних працівників, затребуваність випускників на ринку праці. Респондентами виділено три найважливіші канали комунікацій: офіційний сайт закладу вищої освіти, соціальні мережі та рекомендації випускників. На думку респондентів освітня програма є основною конкурентною перевагою закладу вищої освіти.

9. На підставі проведених розрахунків щодо пропозиції створення відділу стратегічного маркетингу можна зробити висновок, що інвестування у запровадження відділу для КрНУ є економічно вигідним: рівень рентабельності інвестицій становитиме 1,35; термін окупності складе два роки і два місяці. Запропонована процедура визначення поведінки потенційних споживачів освітніх програм на основі побудови імітаційної моделі дозволяє провести імітацію залучення 350 осіб на освітні програми закладу вищої освіти із урахуванням таких чинників: витрати на рекламні заходи, кількість потенційних споживачів освітніх програм, середня ціна освітніх програм, пропозиція освітніх програм, імовірність споживання освітніх програм.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті у фахових виданнях України, занесених до міжнародних наукометричних баз даних:

1. Труніна І. М., Білик М. Ю. Особливості і тенденції розвитку ринку освітніх послуг у конкурентних умовах. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. 2020. Вип. 5–6 (124–125). С. 41–47. (*Index Copernicus, Scholar Google*). *Особистий внесок: здійснено аналіз ринку освітніх послуг України (0,40 друк. арк.)*.

2. Труніна І. М., Білик М. Ю. Управління конкурентоспроможністю закладів вищої освіти. *Центральноукраїнський науковий вісник*. 2020. Вип. 5(38). С. 197–206. (*Index Copernicus, Scholar Google*). *Особистий внесок: виявлено і охарактеризовано основні чинники впливу на конкурентоспроможність закладів вищої освіти (0,40 друк. арк.)*.

3. Білик М. Ю. Позичіонування закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2021. Вип 1(81). С. 55–67. (*Index Copernicus, Scholar Google*) (0,50 друк. арк.).

4. Труніна І. М., Білик М. Ю. Формування конкурентних переваг закладів вищої освіти. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. 2021. Вип. 2(127). С. 32–38. *Особистий внесок: досліджено етапи формування конкурентних переваг закладів вищої освіти (Index Copernicus, Scholar Google)*. (0,40 друк. арк.).

Статті у міжнародних наукових виданнях, занесених до міжнародних наукометричних баз даних:

5. Bilyk M., Pryakhina K., Pochtovyuk A. Junior specialist in the system of human resourcing: institutional and resource bases of formation. *Role of Higher Education Institutions in Society: Challenges, Tendencies and Perspectives: Academic papers*. Alytus: Alytus College, 2017. № 1 (6). P. 213–217. (*Index Copernicus, Lithuanian Science Board*) *Особистий внесок: обґрунтовано відповідність освітніх програм стандартам вищої освіти при формуванні конкурентних переваг* (0,25 друк. арк.).

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

6. Приз М. Ю., Дружиніна В. В. Теоретичні аспекти сутності та призначення ринку праці. IX Mezinarodna vedecko-prakticka conference «*Veda a vznik – 2012/2013*» Ekonomické vedy. Praha. 2012–2013. P. 32–34 *Особистий внесок: охарактеризовано сутність поняття ринку праці та виявлено зв'язок із ринком освітніх послуг* (0,1 друк. арк.).

7. Приз М. Ю., Дружиніна В. В. Розвиток наукових кадрів України: позитивні та негативні тенденції. Матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «*Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства*», м. Кременчук, 26–27 квітня 2012 р. С. 361–362. *Особистий внесок: виявлення тенденцій міграції наукових кадрів України* (0,1 друк. арк.).

8. Приз М. Ю., Дружиніна В. В. Механізм функціонування регіонального ринку праці з урахуванням інноваційної зайнятості. Матеріали XX Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «*Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства*», м. Кременчук, 25–26 квітня 2013 р. С. 359–361. *Особистий внесок: охарактеризовано суб'єкти і об'єкти механізму функціонування ринку праці* (0,1 друк. арк.).

9. Приз М. Ю., Хоменко М. М. Удосконалення організаційних структур управління в умовах розвитку ринкових відносин. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «*Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності*», м. Кременчук. 21–23 листопада 2013 р. С. 181–183. *Особистий внесок: досліджено вплив чинників на формування організаційних структур* (0,1 друк. арк.).

10. Білик М. Ю. Людський капітал як основа інноваційного розвитку підприємств машинобудівної галузі. Матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференції «*Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*», м. Харків, 2015. С. 157–158 (0,1 друк. арк.).

11. Білик М. Ю. Значення інноваційного маркетингу у підвищенні конкурентоспроможності промислових підприємств. Матеріали VII Міжнародної наукової конференції «*Актуальні питання забезпечення стійкого розвитку національного господарства*», м. Кременчук. 2017. С. 123–124 (0,1 друк. арк.).

12. Білик М. Ю. Маркетинг у сфері освітніх послуг. Матеріали VII Міжнародної наукової конференції «*Актуальні питання забезпечення*

стійкого розвитку національного господарства», м. Кременчук. 2017. С. 311. (0,1 друк. арк.).

13. Білик М. Ю., Сокур М. І. Стратегічне перспективне планування як складова стратегії інноваційного сталого розвитку підприємства. Матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «Ідеї академіка В. І. Вернадського та проблеми сталого розвитку освіти і науки» м. Кременчук, 11–13 травня 2018 р. С. 159–160. *Особистий внесок: розроблено наукові рекомендації щодо впровадження відділу стратегічного маркетингу (0,1 друк. арк.).*

14. Білик М. Ю. Значення людського капіталу в контексті розвитку малого бізнесу. Матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «Ідеї академіка В. І. Вернадського та проблеми сталого розвитку освіти і науки» Кременчук, 11–13 травня 2018 р. С. 157–158. *(0,1 друк. арк.).*

15. Білик М. Ю., Яришева Є. М. Емоційне наповнення в рекламі. Матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «Ідеї академіка В. І. Вернадського та проблеми сталого розвитку освіти і науки» м. Кременчук, 11–13 травня 2018 р. С. 165–166. *Особистий внесок: обґрунтування ефективності рекламних заходів (0,1 друк. арк.).*

16. Білик М. Ю., Божик Д. П., Сокур М. І. Особливості управління процесами в передових іноземних фірмах. Матеріали XXV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства» м. Кременчук, 2018 р. С. 322. *Особистий внесок: визначення сутності поняття «бізнес-процес»(0,1 друк. арк.).*

17. Білик М. Ю., Турчак Д. С. Оцінювання конкурентоспроможності закладів вищої освіти. Матеріали XXVIII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства», м. Кременчук, 2021 р. С. 92–93. *Особистий внесок: здійснено аналіз рейтингування закладів вищої освіти (0,1 друк. арк.).*

18. Bilyk M. The importance of academic entrepreneurship in the formation of competitive advantages of higher education organizations. Materials of the international scientific – practical conference «*Science and education in the modern world*». Karagandy, 2021. 2st volume. P. 215–217. *(0,1 друк. арк.).*

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

19. Приз М. Ю., Чучіна І. М. Інноваційно-інвестиційна політика України в умовах ринкової економіки. *Вісник КДУ імені Михайла Остроградського*. 2010. Вип 2 (61). С. 165–168. *(Scholar Google). Особистий внесок: виявлення стратегічних векторів інноваційної політики України (0,3 друк. арк.).*

20. Приз М. Ю., Ховрак І. В. Міжнародна міграція висококваліфікованих та наукових кадрів: участь України. *Економічний простір*. 2013. № 69. С. 24–32. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_69_5. *(Index Copernicus, Scholar Google) Особистий внесок: досліджено основні причини міграції наукових кадрів України (0,4 друк. арк.).*

21. Bilyk M., Kratt O., Pryakhina K. Ukrainian-Chinese collaboration: Prospects of development. *SHS Web of Conferences*. *(Web of Science, Scholar Google)* 2017. № 39. С. 1–14. *Особистий внесок: виявлено напрями взаємодії в освітній сфері (0,5 друк. арк.).*

22. Білик М. Ю., Пряхіна К. А. Людський капітал як основа розвитку малого підприємництва Полтавського регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»* 2019. С. 112–117. (*Scholar Google*) *Особистий внесок: обґрунтовано причини низької підприємницької активності в регіоні (0,3 друк. арк.)*.

23. Bilyk M., Pochtovyuk A., Pryakhina K., Napkhonenko N. Formation of Organizational and Managerial Competence of Electrical Engineers. *2020 IEEE Problems of Automated Electrodrive. Theory and Practice (PAEP)*. 21–25 Sept. 2020. P. 13–18. (*Scopus, Scholar Google*) *Особистий внесок: побудовано модель формування компетенцій для студентів технічних спеціальностей (0,3 друк. арк.)*.

24. Bilyk M., Trunina I., Khovrak I. Academic Entrepreneurship in Ukraine: Determinants of Development and Performance Indicators. *2020 IEEE Problems of Automated Electrodrive. Theory and Practice (PAEP)*. 21–25 Sept. 2020. *Особистий внесок: досліджено проблеми розвитку академічного підприємництва в Україні (0,3 друк. арк.)*.

25. Билык М. Ю. Управление рисками в сфере академического предпринимательства. *Международный научный журнал «Актуальные проблемы современности»*. 2021. № 1 (31). С. 93–99. (*0,15 друк. арк.*).

АНОТАЦІЯ

Білик М. Ю. Формування конкурентних переваг закладів вищої освіти. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук (доктора філософії) за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського Міністерства освіти і науки України, Кременчук, 2021.

Дисертаційна робота присвячена розробці теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо формування конкурентних переваг закладів вищої освіти. Визначено риси закладів вищої освіти як відкритої системи. Уточнено змістовне навантаження дефініції «конкурентні переваги закладу вищої освіти». Розроблено послідовність етапів формування конкурентних переваг закладів вищої освіти. Здійснено дослідження конкурентного середовища функціонування закладів вищої освіти України. Проведено аналіз показників діяльності Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Оцінено ресурсний потенціал Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського та побудовано рівняння регресії за методом планування експерименту. Розроблено концепцію освітньої програми, на основі застосування бізнес-моделі Canvas. Проведено моніторинг конкурентних переваг закладів вищої освіти. Обґрунтовано стратегічні рішення щодо просування освітньої програми.

Ключові слова: заклад вищої освіти, конкурентна перевага, освітня програма, ресурсний потенціал, бізнес-модель.

ABSTRACT

Bilyk M. Formation of competitive advantages of higher education institutions. – Qualifying scientific work on the rights of manuscript.

The dissertation for obtaining the scientific degree of candidate of economic sciences (Doctor of Philosophy) in the specialty 08.00.04 Economics and Management of Enterprises (by Types of Economic Activity) (051 – Economics). – Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kremenchuk, 2021.

The dissertation is devoted to the development of theoretical principles and practical recommendations for the formation of competitive advantages of higher education institutions.

The approach to the presentation of higher education as an open system that operates in the market of educational services and is a producer of educational products – educational program, which, unlike others, is determined by a set of structural elements, business processes, marketing environment, allows to use marketing tools to form competitive advantages of higher education institutions in the market of educational services. The meaning of the concept of «competitive advantages of higher education institutions» is defined, which in contrast to the existing definitions is considered as the ability of higher education institutions on the basis of effective use (combinations) of all available resources and competencies to create consumer value (educational product), stakeholders in the market of educational services. An approach to the formation of competitive advantages of higher education institutions based on the definition and consideration of the interests of external stakeholders (state, society, business community, external partners) and internal stakeholders (higher education applicant, staff of higher education institutions (administrative and academic staff)), which creates the basis for the formation of strategic directions of higher education. The set of quantitative and qualitative indicators of the higher education institution's activity for assessing its competitiveness has been improved, which provides an opportunity to determine the competitive advantages of the higher education institution. The approach to estimating the resource potential of a higher education institution on the basis of determining the integrated indicator by the characteristics of elements (personnel, material, organizational, informational, financial) is substantiated, and the regression equation is constructed by the method of planning the first order experiment competitive advantages of higher education institutions for a certain period of time. The concept of the educational program is developed, which is considered as a business model and allows to form a product portfolio of higher education institutions, which is the basis for the formation of competitive advantages of higher education institutions. The analysis of identification of competitive advantages of higher education institutions is carried out, based on the survey of respondents – direct and potential consumers of educational programs, which allowed to determine the main directions of formation of competitive advantages of higher education institutions.

Key words: higher education institution, competitive advantage, educational program, resource potential, business model.

БІЛИК МАРИНА ЮРІЇВНА
**«ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ»**

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Підписано до друку 12.08.2021. Формат 60 × 90/16. Папір друкарський.
Гарнітура Times New Roman Cyr. Друк цифровий. Ум. друк. арк. 0,92.
Наклад 100 прим. Замовлення № 20509

Віддруковано у редакційно-видавничому відділі
Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського,
вул. Першотравнева, 20, м. Кременчук, Полтавська обл., 39600
Реєстраційне свідоцтво серії ДК №4837 від 22.01.2015 р.