

ЕКОНОМІКА ОСВІТИ ТА УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ

EKONOMIKA EDUKACJI I ZARZĄDZANIE OŚWIATĄ

<https://doi.org/10.28925/2226-3012.2022.11.2>

УДК 378.4.014:659.113.23

Ольга Мельниченко

ORCID iD 0000-0002-5297-9551

кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри освітології та психолого-педагогічних наук,
Факультет педагогічної освіти,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
бульвар І. Шамо, 18/2,
02154 Київ, Україна,
melnychenko@kubg.edu.ua

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ: ОСВІТОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Стаття присвячена аналізу конкурентоспроможності закладів вищої освіти з точки зору освітології — інтегрованої науки про освіту, яка є своєрідною освітньою синергетикою для дослідження сфери освіти. Підкреслюючи міждисциплінарний характер освітологічного дослідження, який включає економічні, соціальні, правові, культурні, управлінські та інші аспекти, автор характеризує поняття конкуренції та конкурентоспроможності у сфері освіти в умовах інтернаціоналізації освітньої галузі, досліджує її чинники. У статті розкривається сутність конкуренції, її функції та рушійні сили освітнього ринку, а також взаємозв'язок впливу новітніх тенденцій розвитку освіти на конкурентоспроможність закладів вищої освіти. Автор зазначає, що основним завданням і основною функцією конкуренції є завоювання освітнього ринку, боротьба за споживача, перемога над своїми конкурентами, забезпечення стабільних прибутків. Крім того, сутність конкуренції виражається певними силами, які спонукають її розвиватися, незалежно від того, діє вона тільки на внутрішньому ринку чи також і на зовнішньому. Особлива увага приділена аналізу поняття «освітні послуги», основним підходам до його визначення, характеристиці особливостей створення освітніх послуг закладами вищої освіти, їх класифікації та видам освітніх послуг на освітньому ринку, а також поняттю про додаткові освітні послуги. Підкреслено переваги конкурентоспроможних освітніх послуг: наявність додаткових освітніх послуг, що надаються закладом вищої освіти; можливість мобільного обміну студентами та стажування викладачів як всередині країни, так і за кордоном; практична значущість навчання, його практико-орієнтований зміст; сприяння працевлаштуванню випускників закладу вищої освіти; належна матеріально-технічна база, наявність сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Ключові слова: інтернаціоналізація освіти; конкуренція; конкурентоспроможність; освітні послуги; освітологія; управління конкурентоспроможністю.

Вступ. У наш час глобалізація стала найбільш фундаментальним викликом для всієї освіти та вищої освіти зокрема і зумовила її інтернаціоналізацію. Зміст інтернаціоналізації вищої освіти, її форми й інструменти реалізації помітно вплинули на зростання конкуренції між закладами вищої освіти: змагання за студентів, комерціалізацію освітніх послуг, поширення транскордонної освіти, інтернаціоналізацію освітніх програм викладання та навчання.

Кожен із суб'єктів освітнього процесу переслідує свої інтереси: студент прагне отримати якісні знання, що адекватні вимогам сьогодення; заклад освіти прагне запропонувати такі освітні послуги, які є конкурентоспроможними; держава прагне підвищити якість людського капіталу в суспільстві. Таким чином, суб'єктам освітнього процесу притаманна конкуренція, тому найважливішою умовою функціонування освітнього ринку є взаємодія і узгодження інтересів його суб'єктів.

Проблема конкуренції завжди була у центрі уваги дослідників. Серед них можна виокремити таких відомих вчених як Й. Шумпетер, М. Портер, К. Прахалад, Дж. Робінсон, Р. Фатхутдинов, Ф. Хаєк, Г. Хамел, Дж. Хікс, Е. Чемберлін та інші, чиї наукові роботи присвячені виявленню джерел конкурентних переваг, а також розробленню методів їх утримання. Серед вітчизняних вчених проблеми конкурентоспроможності у сфері освіти досліджували В. Огнев'юк, С. Сисоєва, М. Дебич, Л. Сергеева, Т. Стойчик, Л. Безтілесна, В. Єфремов та інші.

Мета статті — визначити та обґрунтувати теоретичні засади конкурентоспроможності закладів вищої освіти в Україні в умовах інтернаціоналізації освітньої галузі з точки зору інтегрованої науки про освіту — освітології. Відповідно до мети поставлено такі завдання: а) визначити стан дослідження проблеми конкурентоспроможності закладів вищої освіти та уточнити відповідний поняттєво-термінологічний апарат; б) уточнити поняття «освітня послуга» та охарактеризувати специфіку її надання закладами вищої освіти; в) з'ясувати чинники, які роблять освітню послугу конкурентоспроможною.

Результати дослідження. Освітологія як науковий феномен, що найбільш повно відображає всі знання, що відносяться до освіти, має міждисциплінарний характер, а поняття «освітологія» як науковий термін ліквідує плутанину між власне освітою та знанням про освіту незалежно від того, за допомогою яких

наук воно отримане (Лутай, 2009, с. 33–35). Освітологія як науковий напрям інтегрованого пізнання освіти набув розвитку в Україні за останні роки та досліджує сферу освіти у її сталому розвитку. Серед українських науковців, що присвятили свої наукові праці освітології та підготовці майбутніх фахівців на засадах освітології, можна виокремити В. Кременя, В. Лугового, В. Огнев'юка, С. Сисоєву та інших (Огнев'юк, Сисоєва, 2012, с. 44–51.) Завдяки ідеям науковців було сформульовано об'єкт освітології, який вказує не тільки на його системний всеохоплюючий характер (освітніх процесів і явищ), а й чітко визначає, що об'єктом дослідження освітології є відкрита система — це система освіти. Суттєвою відмінністю об'єкту дослідження освітології від інших гуманітарних наук, полягає в тому, що освітологія є своєрідною освітньою синергетикою для дослідження сфери освіти.

Освітологія досліджує і вивчає багатосторонні зв'язки між системою освіти та економічною, соціальною, правовою, культурною, управлінською системами суспільства, у тому числі й питання конкурентоспроможності закладів вищої освіти в Україні.

Конкурентоспроможність вищої освіти: сутнісні характеристики. Конкурентоспроможність вищої освіти як явище та як процес, що впливає на розвиток вищої освіти в світі і є одним із важливих напрямів освітньої політики, перебуває в центрі уваги дослідників, інших зацікавлених осіб, зокрема тих, хто визначає політику щодо розвитку вищої освіти (Бреус, Сугоняко, 2020, с. 128–136).

Дослідження поняття «конкурентоспроможність» передбачає, перш за все, з'ясування сутності категорії «конкуренція», оскільки вони тісно взаємопов'язані: про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції (послуг). Конкуренція (від лат. *concurrentia* — стикатися, змагатися) — це суперництво між виробниками продуктів та послуг за найбільш сприятливі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукції (Шершньова, 2004, с. 114). Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції та послуг, що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність. Детальне ознайомлення з визначеннями понять «конкуренція»

та «конкурентоспроможність» виявило, що на кожному етапі розвитку суспільства сутність цих категорій змінювалась. Але, незважаючи на велике число робіт і досліджень, присвячених цьому питанню, й до цього часу немає чіткого загальноприйнятого визначення конкуренції та конкурентоспроможності (Косар, Кузьо, Сулим, 2020, с. 53–62).

Сутність конкуренції також можна зрозуміти через *функції*, які вона виконує: регуляції, стимуляції (або функція мотивації), ціноутворення, контролю, інноваційна функція. За допомогою *функції регулювання* під впливом ціни на ринок спрямовуються ті продукти і послуги, в яких відчувається найбільша потреба. *Стимулююча функція* (або функція мотивації) змушує виробників продуктів та послуг прагнути до вищої продуктивності. Для них конкуренція — це водночас шанс і ризик, тобто заклади освіти, які пропонують більш якісні послуги або надають їх з меншими витратами, отримують прибуток і, навпаки, отримують покарання у вигляді збитків, якщо не беруть до уваги побажання споживачів або порушення правил конкуренції своїми суперниками. Завдяки *функції ціноутворення* конкуренція впливає на рівень індивідуальних витрат на надання послуг, зводячи їх до суспільно необхідних, які, у свою чергу, і визначають виважену ринкову ціну товару. Завдяки *функції розподілу* конкуренція розподіляє дохід серед суб'єктів освітнього ринку відповідно до їх ефективного внеску, що відповідає головному принципу конкурентної боротьби: винагороди за результатами. За допомогою *функції контролю* конкуренція є силою, що протидіє виникненню стійкої економічної влади окремих суб'єктів ринку. Тобто конкуренція обмежує та контролює економічну потужність кожного закладу. Наприклад, якщо монополіст може призначити єдино можливу ціну, то конкуренція надає покупцеві можливість вибору серед декількох продавців. Ще одна важлива функція конкуренції — це *інноваційна*. Задля можливості отримання додаткового доходу, не збільшуючи при цьому ціну продукції, необхідно постійно удосконалювати технологічну базу закладу освіти, впроваджувати новітні технології в навчальний процес, тим самим зменшуючи витрати. Ті заклади освіти, які здійснюють такі заходи, отримують додаткові доходи. Отже, конкуренція є силою, що забезпечує науково-технічне, інноваційне та економічне зростання (Єлєць, 2016, 58–64).

Слід зазначити, що основним завданням і головною функцією конкуренції є завоювання освітнього ринку, боротьба за споживача, перевага своїх конкурентів, забезпечення сталого прибутку. Окрім того, сутність конкуренції виражається певними силами, які спонукають її до розвитку незалежно від того, діє вона лише на внутрішньому ринку чи на зовнішньому теж. Так, за теорією конкуренції М. Porter (1980) існує 5 рушійних сил конкуренції: 1) непереборне проникнення на ринок та в галузь нових конкурентів; 2) загроза появи товарів-замінників, вироблених за іншою технологією; 3) обмежені властивості покупців; 4) невичерпні можливості виробників; 5) постійне змагання між діючими та новими підприємствами.

Як вже підкреслювалось раніше, сучасні зміни в розвитку людства докорінно змінюють зовнішнє та внутрішнє середовище діяльності освітніх закладів, яким притаманні висока невизначеність, загальна взаємна зв'язність і гостра конкуренція (Пурій, 2020, с. 150–154).

До *сучасних тенденцій розвитку освіти* у світі можна віднести такі: зростання значення освіти як фактору соціального розвитку в якості провідника знань та інформації (неперервність освіти); диференціація джерел фінансування, перехід до широкого спектру джерел фінансування та отримання прибутку, підвищення ефективності використання коштів закладами освіти; інтернаціоналізація освіти, її уніфікація, що необхідна для стандартизації та визнання дипломів, а також нострифікація дипломів; зміна вимог до змісту, методів та форм освітнього процесу; зміна організаційних форм освітньої діяльності (дистанційна, онлайн); інтернаціоналізація ринку освітніх послуг завдяки мобільності студентів та викладачів.

З великої кількості визначень інтернаціоналізації, на нашу думку, найбільш лаконічним та структурованим є визначення запропоноване американським дослідником J. Knight: «Інтернаціоналізація — це процес впровадження міжнародної складової в дослідницьку, освітню і адміністративну функції вищої освіти» (р. 1–3). За своєю сутністю поняття «*інтернаціоналізація освіти*» означає процес входження освітньої системи в європейську зону вищої освіти і стандартизацію вимог: порівнянність ступенів, єдина система залікових балів, академічна мобільність, оцінка якості освіти. Супутніми *чинниками цього процесу* стають стрімкий розвиток експорту освіт-

ніх послуг та навчання іноземних студентів, у тому числі дистанційне навчання засобами Інтернету та навчання онлайн, розвиток транснаціональної освіти, подолання національних кордонів і стирання мовних бар'єрів (Дебич, 2019).

Як уже зазначалося раніше, конкуренція є важливим елементом механізму саморегулювання ринку і водночас конкретною формою його функціонування. Конкуренція в освітній галузі — це суперництво між її суб'єктами (закладами освіти) за вигідну позицію на освітньому ринку послуг (Безтелесна, Либак, 2017, с. 145–151). Отже, *конкурентоспроможність у галузі освіти* є здатністю найбільшою мірою з погляду ціни, якості та асортименту задовольняти наявні та формувати майбутні потреби споживачів на конкретному ринку освітніх послуг у певний проміжок часу, забезпечуючи при цьому суспільну спрямованість і власний стійкий розвиток за рахунок конкурентних переваг (Прус, 2006, с. 20–27).

Конкурентоспроможність освітніх послуг.

Однією з головних категорій в сфері освіти є поняття «послуга». Вагомий внесок у дослідження цього поняття здійснили зарубіжні автори: Т. Блер, С. Грімблат, М. Доленсе, Ф. Котлер, Д. Норріс, Дж. Стігліц, Д. Левіс, Д. Хендел, Т. Шульга; а також вітчизняні: В. Андрущенко, В. Балихін, С. Беляков, А. Галаган, О. Грішнова, І. Кичко, Н. Литвинов, А. Субетто, В. Чекмарьов та інші. Відомий науковець Ф. Котлер надає таке визначення цієї категорії: «послуги — це об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволення» (Котлер, 2020, с. 106, с. 638). А. Ченцов (2021, с. 66–70) вважає, що освітні послуги створюються в процесі науково-педагогічної праці, що є, у свою чергу, різновидом наукової праці. Результат науково-педагогічної праці може бути названий освітнім продуктом. З позиції конкурентоспроможності освітні послуги — це надання можливості отримання освіти, що підвищує вартість робочої сили споживача цієї послуги і поліпшує його конкурентоспроможність на ринку праці. Як приклад, наведемо варіант дослідника Л. Шевченко, який визначає освітню послугу як «системно агрегований, комплексний єдиний продукт закладу вищої освіти, процес здобуття певного набору знань, практичних способів їх застосування, здатних задовольняти прагнення особи у своєму професійному статусі й зростанні» (Шевченко, Шворак, 2015, с. 78–82). На думку вітчизняної дослідниці Т. Ящук (2018),

під освітньою послугою слід розуміти цілеспрямований процес збору, отримання, передачі та засвоєння системи навичок, знань, інформації та результат безперервного духовного, культурного, соціально-економічного розвитку й вдосконалення держави і суспільства в цілому (с. 202, с. 247).

На основі вище розглянутих тверджень, ми можемо виділити 4 основних підходи до визначення поняття «освітні послуги»: 1) процесний; 2) системний; 3) комплексний; 4) товарний. Узагальнюючи усе вище наведене, можна визначити поняття «освітня послуга» наступним чином: *освітня послуга — це діяльність закладу освіти з формування у споживача певного обсягу знань, умінь і навичок, внаслідок взаємодії з персоналом закладу і при певних умовах взаємодії, що приводить до зростання вартості та конкурентоспроможності його для роботодавця.*

Освітня послуга як товар має особливості, а саме містить в собі ознаки приватного та громадського блага. Послуги освіти часто відносять до категорії змішано-суспільних благ, тому що їх використання окремим споживачем обумовлено низкою обставин: рівнем здібностей і знань, рівнем освіти тощо (Altbach, 2013).

Процес створення освітніх послуг має низку особливостей: невідчутність (нематеріальність), невіддільність, мінливість та незбереженість. Також виробництво освітніх послуг має низку додаткових властивостей: неможливість безпосереднього кількісного підрахунку освітніх послуг; конкурсний характер освіти; освітні послуги належать до дорогих послуг, оскільки головним чинником їх виробництва є висококваліфікована праця педагогів. Так, дослідник В. Штуль (2003) пропонує класифікувати освітні послуги за такими критеріями: *за суб'єктами надання* (форма власності; рейтинг; джерело фінансування; підпорядкування; освітні, наукові рівні; назва, статус; органи акредитації; форма навчання; рівень забезпеченості; місце надання послуги; інтеграція із закладами освіти; ступінь інтеграції з іноземними закладами вищої освіти; місце його розташування; акредитаційний рівень); *за суб'єктами споживання* (мета і мотиви освіти; вид суб'єкта; географічно-демографічні ознаки; характеристика сім'ї; поведінка на ринку) (с. 258–265).

Конкурентоспроможність освітніх послуг характеризується наступними перевагами: а) наявність додаткових освітніх послуг, що надає заклад вищої освіти; б) можливість

мобільного обміну студентів та стажування для викладачів як всередині країни, так і за кордоном; в) практична значущість навчання, його практико-орієнтований зміст; г) допомога з працевлаштуванням випускникам закладу вищої освіти; д) належна матеріально-технічна база, наявність сучасних інформаційно-комунікативних технологій.

Конкурентоспроможність освітніх послуг — це узагальнена характеристика переваг за показниками обсягу витрат та ступенем задоволення потреб споживачів. Серед основних показників конкурентоспроможності освітніх послуг можна виокремити: *організаційно-економічні* (ступінь відповідності стандартам, нормам, положенням з надання освітніх послуг); *економічні* (ціна послуг, витрати транспортні, на експлуатацію та технічне обслуговування, на навчання персоналу); *соціально-організаційні* (врахування соціальної структури споживачів, їх культурних, національних, релігійних, вікових та інших особливостей) (Бідюк, 2016, с. 115–123).

Для більш свідомого розуміння конкурентних переваг освітніх послуг, треба охарактеризувати *додаткові освітні послуги*, до яких відносять: навчання для здобуття другої вищої освіти; викладання дисциплін англійською та іншими іноземними мовами; підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації кадрів; підготовка до вступу до закладів вищої освіти; прийом кандидатських іспитів, підготовка до захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії; проведення тренінгів, курсів, занять у гуртках, факультативів, семінарів, практикумів та інші (Постанова Кабінету Міністрів України, 2010). Однак цей перелік є не повним і в практичній повсякденній діяль-

ності освітньої галузі постійно народжуються нові види освітніх послуг.

Висновок. Підводячи підсумки, можемо констатувати, що конкурентоспроможність освітньої послуги — це здатність задовольняти потреби суб'єктів освітньої послуги, а також її адаптація до сучасних змін в науці та суспільстві, спроможність брати участь у конкурентній боротьбі на зовнішньому та внутрішньому ринку освітніх послуг у певний період часу. Отже, конкурентоспроможність закладів вищої освіти як головних продуцентів освітніх послуг є стратегічним індикатором для подальшого накопичення суспільних благ в межах країни. Тому дослідження факторів, що впливають на їх конкурентоспроможність, є важливим у напрямі підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти. Національна мережа закладів вищої освіти потребує оптимізації з огляду на домінування малопотужних закладів, які не спроможні забезпечити необхідну якість освіти, часто дублюють підготовку в одному місті, готують фахівців за спеціальностями, які не відповідають профілю закладу, натомість споживають значні ресурси (Кремень, Луговий, Саух, 2022, с. 1–8). Одним з найважливіших методів підвищення ефективності та конкурентоспроможності закладів вищої освіти в Україні можна вважати їх укрупнення, тобто скорочення загальної кількості задля підвищення їхньої якості.

У якості тенденції для подальшого дослідження вважаємо за доцільне провести компаративний аналіз конкурентоспроможності європейських та українських закладів вищої освіти, спроектувати матрицю відмінностей, загроз та конкретних пропозицій щодо зростання конкурентоспроможності.

Список використаної літератури

1. Безтелесна Л. І., Либак І. А. Суть та чинники впливу на конкурентоспроможність вищих навчальних закладів. *Економіка та суспільство*. 2017. № 9. С. 145–151.
2. Бреус С. В., Сугоняко І. І. Оцінювання конкурентоспроможності закладу вищої освіти у контексті управління нею. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 39. С. 128–136. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct39-21>
3. Дебич М. Інтернаціоналізація вищої освіти. Світовий досвід: Монографія. Київ: Університетська книга, 2019. 291 с.
4. Єлець О. П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. *Академічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. № 1. С. 58–64.
5. Косар Н. С., Кузьо Н. Є., Сулим Т. А. Дослідження конкурентоспроможності закладів вищої освіти: сутність та диференційований підхід до визначення. *Менеджмент та підпри-*

емництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. Вип. 2. № 2. С. 53–62. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2020.02.053>

6. Котлер Ф. Основы маркетингу. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.
7. Кремень В. Г., Луговий В. І., Саух П. Ю., Таланова Ж. В. Мережа державних закладів вищої освіти України: аналітичний огляд конкурентоспроможності. *Вісник Національної академії педагогічних наук України*. 2022. Том 4. № 1. С. 1–8. DOI: <https://doi.org/10.37472/v.naes.2022.4122>
8. Лутай В. Розробка сучасної філософії освіти на засадах синергетики. *Вища освіта України*. 2009. № 1. С. 33–35.
9. Огнев'юк В. О., Сисоєва С. О. Освітologia — науковий напрям інтегрованого дослідження сфери освіти. *Рідна школа*. 2012. № 4–5. С. 44–51.
10. Постанова Кабінету Міністрів України № 796 «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися закладами освіти, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності» від 27.08.2010. URL: <https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/796-2010-%D0%BF> (дата звернення: 10.10.2022).
11. Прус Л. Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю закладів вищої освіти. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2006. № 2. С. 20–27.
12. Пурій Г. М., Кузнецова М. Б. Конкурентоспроможність закладів вищої освіти: сутність та основні фактори її забезпечення. *Економіка та держава*. 2020. № 10. С. 150–154. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.10.150>
13. Ченцова О. Б. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності бізнес-процесів підприємства. *Конституційні засади розвитку інноваційного суспільства: збірник наукових праць за матеріалами інтернет-конференції, 25 червня 2021 року*. Харків: Науково-дослідний інститут правового забезпечення інноваційного розвитку України, 2021. С. 66–70.
14. Шевченко А. В., Шворак А. С. Напрями підвищення конкурентоспроможності навчального закладу. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 6 (169). С. 78–82.
15. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. Київ: КНЕУ, 2004. 699 с.
16. Штуль В. П. Конкурентоспроможність освітніх послуг: роль матеріально-технічної бази. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2003. № 494: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 258–265.
17. Ящук Т. А. Інтернаціоналізація як фактор підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти. *І Міжнародна науково-практична конференція «Конкурентоспроможність вищої освіти України в умовах інформаційного суспільства», 9 листопада 2018 року*. Чернігів: Чернігівський національний технологічний університет, 2018. С. 290–291.
18. Altbach Ph. G., Reisberg L., Yudkevich M., Androushchak G., Pacheco I. F. (Eds). *Paying the professoriate: a global comparison of compensation and contracts*. New York: Routledge, 2012. 384 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203803080>
19. Bidiuk A. Competitiveness of higher education establishments in the learning services market. *Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*. 2016. № 6. P. 115–123.
20. Knight J. Updating the Definition of Internationalization. *International Higher Education*. 2003. № 33. P. 1–3. DOI: <https://doi.org/10.6017/ihe.2003.33.7391>
21. Porter M. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 1990. 855 p.

References

- Beztesna, L. I., Lybak, I. A. (2017). Sut ta chinniki vplivu na konkurentospromozhnist vishih navchalnih zakladiv [Essence and factors affecting the competitiveness higher education institutions]. *Economy and Society*, 9, 145–151.
- Breus, S., Suhoniako, I. (2020). Ocinyuvannya konkurentospromozhnosti zakladu vishoyi osviti u konteksti upravlinnya neyu [Evaluation the competitiveness of higher education institution in the context of managing them]. *Market Infrastructure*, 39, 128–136. <https://doi.org/10.32843/infrastructure39-21>
- Debych, M. (2019). *Internacionalizaciya vishoyi osviti. Svitovij dosvid: Monografiya [Internationalization of higher education. World experience: Monograph]*. Universitetska kniga.

- Yelets, O. P. (2016). Sutnist konkurenciyi ta konkurentospromozhnosti pidpriyemstva [The essence of competition and competitive ability of the enterprise]. *Akademichnij visnik Zaporizkoyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi*, 1, 58–64.
- Kosar, N., Kuzo, N., Sulym, T. (2020). Doslidzhennya konkurentospromozhnosti zakladiv vishoyi osviti: sutnist ta diferencijovaniy pidhid do viznachennya [Investigation of Competitiveness of Higher Education Establishments: Essence and Differentiated Approach to Determination]. *Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Problems of Development*, 2 (2), 53–62. <https://doi.org/10.23939/smeu2020.02.053>
- Kotler, F. (2020). *Osnovi marketingu [Basics of marketing]*. Dialektika.
- Kremen, V., Lugovyi, V., Saukh, P., & Talanova, Z. (2022). Merezha derzhavnih zakladiv vishoyi osviti Ukrayini: analitichnij oglyad konkurentospromozhnosti [Network of state higher education institutions in Ukraine: an analytical review of competitiveness]. *Herald of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine*, 4 (1). <https://doi.org/10.37472/v.naes.2022.4122>
- Lutai, V. (2009). Rozrobka suchasnoyi filosofiyi osviti na zasadah sinergetiki [Development of modern philosophy of education on the basis of synergy]. *Visha osvita Ukrayini*, 1, 33–35.
- Ogneviuk, V. O., Sysoieva, S. O. (2012). Osvitologiya — naukovij napryam integrovanogo doslidzhennya sferi osviti [Osvitologia — the scientific approach to the integrated study of the sphere of education]. *Ridna shkola*, 4–5, 44–51.
- Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayini № 796 «Pro zatverdzhennya pereliku platnih poslug, yaki mozhut nadavatisya zakladami osviti, inshimi ustanovami ta zakladami sistemi osviti, sho nalezhat do derzhavnoyi i komunalnoyi formi vlasnosti» vid 27.08.2010 [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 796 «On approval of the list of paid services that can be provided by educational institutions, other institutions and institutions of the education system belonging to the state and communal forms of ownership» dated 08.27.2010]*. <https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/796-2010-%D0%BF>
- Prus, L. (2006). Teoretichni zasadi upravlinnya konkurentospromozhnistyu zakladiv vishoyi osviti [Theoretical principles of managing the competitiveness of higher education institutions]. *Herald of Ternopil National Economic University*, 2, 20–27.
- Puriy, H. and Kuznetsova, M. (2020). Konkurentospromozhnist zakladiv vishoyi osviti: sutnist ta osnovni faktori yiyi zabezpechennya [Competitiveness of higher education institutions: essence and main factors of its provision]. *Ekonomika ta derzhava*, 10, 150–154. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.10.150>
- Chentsova, O. (2021). Strategiya zabezpechennya konkurentospromozhnosti biznes-procesiv pidpriyemstva [Strategy for the enterprise's business processes competitiveness achieving]. *Konstituciyni zasadi rozvitku innovacijnogo suspilstva: zbirnik naukovih prac za materialami internet-konferenciyi, 25 chervnya 2021 roku. 2021* (pp. 66–70). Scientific and research institute of providing legal framework for the innovative development.
- Shevchenko, A. V., Shvorak A. S. 2015. Napryami pidvishennya konkurentospromozhnosti navchalnogo zakladu [Ways of enhancement of competitive ability of education institution]. *Market relations development in Ukraine*, 6 (169), 78–82.
- Shershnova, Z. Ye. (2004). *Strategichne upravlinnya [Strategic management]*. KNEU.
- Shtul, V. P. (2003). Konkurentospromozhnist osvitnih poslug: rol materialno-tehnichnoyi bazi [Competitiveness of educational services: the role of material and technical base]. *Bulletin of the Lviv Polytechnic National University*, 494: Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development, 258–265.
- Yashuk, T. A. (2018). Internacionalizaciya yak faktor pidvishennya konkurentospromozhnosti zakladiv vishoyi osviti [Internationalization as a factor in increasing the competitiveness of higher education institutions]. *I International Research and Practice Conference «Competitiveness of higher education of Ukraine in the conditions of information society»*, November 9, 2018 (pp. 290–291). Chernihiv National University of Technology.
- Altbach, Ph. G., Reisberg, L., Yudkevich, M., Androushchak, G., Pacheco, I. F. (Eds.) (2012). *Paying the professoriate: a global comparison of compensation and contracts*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203803080>

- Bidiuk, A. (2016). Competitiveness of higher education establishments in the learning services market. *Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*, 6, 115–123.
- Knight, J. (2003). Updating the Definition of Internationalization. *International Higher Education*, 33, 1–3. <https://doi.org/10.6017/ihe.2003.33.7391>
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.

KONKURENCYJNOŚĆ UCZELNI WYŻSZYCH W UKRAINIE: ASPEKT OŚWIATOLOGICZNY

Melnychenko Olga, Kandydat nauk historycznych, profesor nadzwyczajny,
profesor nadzwyczajny, Katedra Oświatologii i Nauk Psychologiczno-Pedagogicznych,
Wydziału Edukacji Pedagogicznej, Uniwersytet Borysa Grinczenki w Kijowie,
bul. I. Shamo, 18/2, 02154 Kijów, Ukraina,
melnychenko@kubg.edu.ua

Artykuł poświęcony jest analizie konkurencyjności uczelni wyższych z punktu widzenia pedagogiki — zintegrowanej nauki o wychowaniu, będącej rodzajem synergii edukacyjnej dla badań w dziedzinie edukacji. Podkreślając interdyscyplinarny charakter badań edukacyjnych, obejmujących aspekty ekonomiczne, społeczne, prawne, kulturowe, zarządcze i inne, autor charakteryzuje pojęcie konkurencji i konkurencyjności w dziedzinie edukacji w kontekście umiędzynarodowienia branży edukacyjnej oraz bada jego czynniki. Artykuł ukazuje istotę konkurencji, jej funkcje i siły napędowe rynku edukacyjnego, a także współzależność wpływu najnowszych trendów rozwoju edukacji na konkurencyjność uczelni. Autor zauważa, że głównym zadaniem i główną funkcją konkurencji jest podbój rynku edukacyjnego, walka o konsumenta, pozyskiwanie konkurentów i zapewnienie stabilnych zysków. Ponadto istotę konkurencji wyrażają pewne siły, które zachęcają ją do rozwoju, niezależnie od tego, czy działa tylko na rynku krajowym, czy też na rynku zagranicznym. Szczególną uwagę zwraca się na analizę pojęcia «usług edukacyjnych», główne podejścia do jej definicji, charakterystykę cech tworzenia usług edukacyjnych przez instytucje szkolnictwa wyższego, ich klasyfikację i rodzaje usług edukacyjnych na rynku, a także koncepcja dodatkowych usług edukacyjnych. Podkreśla się zalety konkurencyjnych usług edukacyjnych: dostępność dodatkowych usług edukacyjnych świadczonych przez uczelnię; możliwość mobilnej wymiany studentów i staży nauczycieli zarówno w kraju jak i za granicą; praktyczne znaczenie szkolenia, jego treść zorientowana na praktykę; promowanie zatrudnienia absolwentów uczelni; właściwe zaplecze materialno-techniczne, dostępność nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych.

Słowa kluczowe: konkurencja; konkurencyjność; oświatologia; umiędzynarodowienie edukacji; usługi edukacyjne; zarządzanie konkurencyjnością.

COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN UKRAINE: EDUCOLOGICAL ASPECT

Melnychenko Olga, PhD in Historical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Department of Educology and Psychological and Pedagogical Sciences,
Faculty of Pedagogical Education, Borys Grinchenko Kyiv University,
18/2 I. Shamo Blvd, 02154 Kyiv, Ukraine,
o.melnychenko@kubg.edu.ua

The article is devoted to the analysis of the competitiveness of institutions of higher education from the point of view of Educology — an integrated science of education, which is a kind of educational synergy for the study of the field of education. Emphasizing the interdisciplinary nature of educational research, which includes economic, social, legal, cultural, managerial and other aspects, the author characterizes the concept of competition and competitiveness in the field of education in the context of the internationalization of the educational

industry, investigates its factors. The article reveals the essence of competition, its functions and driving forces of the educational market, as well as the interrelationship of the influence of the latest trends in the development of education on the competitiveness of higher education institutions. Special attention is paid to the analysis of the concept of «educational services», the main approaches to its definition, the characteristics of the features of the creation of educational services by institutions of higher education, their classification and types of educational services on the educational market, as well as the concept of additional educational services. The author notes that the main task and the main function of competition is the conquest of the educational market, the fight for the consumer, the victory of one's competitors, and the provision of stable profits. In addition, the essence of competition is expressed by certain forces that encourage it to develop, regardless of whether it operates only on the domestic market or on the foreign market as well.

The article pays special attention to the characteristics of educational services, which have the following advantages: availability of additional educational services provided by a higher education institution; the possibility of mobile exchange of students and internships for teachers both within the country and abroad; practical significance of training, its practice-oriented content; assistance with employment for graduates of a higher education institution; proper material and technical base, availability of modern information and communication technologies.

Key words: competition; competitiveness; educology; educational services; internationalization of education; management of competitiveness.

Стаття надійшла до редакції 12.10.2022

Прийнято до друку 24.11.2022