

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет технологій та дизайну

О. Б. Моргулець

**УПРАВЛІННЯ ВИЩИМ НАВЧАЛЬНИМ ЗАКЛАДОМ
ЯК СУБ'ЄКТОМ РИНКУ**

Монографія

Київ 2017

УДК 65.012:378.4
М 79

Рекомендовано Вченою радою
Київського національного університету технологій та дизайну
для науковців, викладачів вищих навчальних закладів, аспірантів,
студентів та широкого кола читачів, що цікавляться питаннями управління
вищим навчальним закладом
(протокол № 6 від 25 січня 2017)

Рецензенти:

М. М. Єрмошенко

д-р екон. наук, проф.,
проректор з наукової роботи ВНЗ «Національна академія України»;

М. П. Денисенко

д-р екон. наук, проф.,
професор кафедри бізнес-економіки

Київського національного університету технологій та дизайну;

В. Г. Маргасова

д-р екон. наук, проф.,
завідувач кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту
Чернігівського національного технологічного університету.

Моргулець О. Б.

М 79 Управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринку : монографія
/ О. Б. Моргулець. — К. : КНУТД, 2017. — 454 с.

ISBN 978-966-7972-86-8

Монографія присвячена науково-методологічному розв'язанню проблеми управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринкових відносин в умовах формування інформаційного суспільства. Досліджено економічну сутність освітніх послуг як специфічного виду діяльності і товару. Визначено тенденції розвитку вищих навчальних закладів України. Особливу увагу приділено розробці методологічних та методичних положень процесно-цільового управління вищим навчальним закладом на підприємницьких засадах, системи внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності, оцінювання рівня автономії й ефективності управління та стратегічного розвитку закладу вищої освіти в умовах конкурентного середовища.

УДК 65.012:378.4

ISBN 978-966-7972-86-8

© О. Б. Моргулець, 2017
© КНУТД, 2017

ЗМІСТ

Вступ	7
Розділ 1. Наукові засади управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринку послуг	12
1.1. Еволюція наукової думки про освітні послуги як специфічний вид діяльності та товар	12
1.2. Теоретичні узагальнення ідеї та місії вищого навчального закладу: ретроспективний аналіз	48
1.3. Вищий навчальний заклад у сучасному суспільстві: теоретичні аспекти формування інформаційного суспільства	68
Висновки до першого розділу	82
Розділ 2. Формування й розвиток сектору вищої освіти в умовах трансформації ринкових відносин	84
2.1. Діяльність вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг в аспекті тенденцій розвитку сфери послуг в Україні	84
2.2. Трансформація економічних відносин між державою та вищими навчальними закладами України: проблеми автономії	126
2.3. Аналіз моделей управління вищим навчальним закладом: передумови формування сучасної парадигми управління	146
Висновки до другого розділу	159
Розділ 3. Методологічні основи управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринку послуг	162
3.1. Концептуальні засади управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринку освітніх послуг	162
3.2. Особливості діяльності вищого навчального закладу як суб'єкта ринку послуг в умовах конкурентного середовища	184
3.3. Методологічні положення процесно-цільового підходу до управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринку	206

Висновки до третього розділу	227
Розділ 4. Організаційно-економічне забезпечення системи управління вищим навчальним закладом на підприємницьких засадах	229
4.1. Проектування організаційної структури управління вищим навчальним закладом на підприємницьких засадах	229
4.2. Механізм внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності вищого навчального закладу	242
4.3. Інструментарій управління вищим навчальним закладом в умовах формування інформаційного суспільства	255
Висновки до четвертого розділу	273
Розділ 5. Методичні засади забезпечення ефективності управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринкових відносин	274
5.1. Науково-методичні засади оцінювання рівня реальної автономії вищого навчального закладу	274
5.2. Методичні положення оцінювання ефективності управління вищим навчальним закладом	288
5.3. Прогнозування стратегічного розвитку вищого навчального закладу як суб'єкта ринку з використанням інструментарію економіко-математичного моделювання	323
Висновки до п'ятого розділу	347
Висновки	349
Список використаних джерел	354
Додатки	396

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

- ВВП – валовий внутрішній продукт
- ВНЗ – вищий навчальний заклад
- ВНП – валовий національний продукт
- ВОІВ – Всесвітня організація інтелектуальної власності
- ВТО – Всесвітня торговельна організація
- ГАТС – Генеральна угода про торгівлю послугами
- ДК – державний класифікатор
- ДКПП – Державний класифікатор продукції та послуг
- ЄДЕБО – Єдина державна електронна база з питань освіти
- ЄС – Європейський союз
- ЗУ – Закон України
- ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології
- КВЕД – Класифікатор видів економічної діяльності
- КЗЕП – класифікація зовнішньоекономічних послуг
- КНУТД – Київський національний університет технологій та дизайну
- МВФ – Міжнародний валютний фонд
- МОНУ – Міністерство освіти і науки України
- МОП – Міжнародна організація праці
- НДДКР – науково-дослідна та дослідно-конструкторська робота
- НПП – науково-педагогічні працівники
- НТП – науково-технічний прогрес
- НТР – науково-технічна революція
- ОЕСР – Організація економічного співробітництва та розвитку
- ООН – Організація Об'єднаних Націй
- ПП – педагогічні працівники
- р. а. – рівень акредитації
- ПХДПУ – ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»

СВЗЯОД – система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності
СНАУ – Сумський національний аграрний університет
СНД – Співдружність Незалежних Держав
СОТ – Світова організація торгівлі
США – Сполучені Штати Америки
ТЕМПУС – Транс'європейська програма взаємообмінів між університетами
УКТЗЕД – Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності
ФОП – фонд оплати праці
ХНУ – Хмельницький національний університет
ЮНЕСКО – міжнародна організація, спеціалізована установа Організації
Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури
СЕМ – управління споживчим досвідом
CRM – управління взаємовідносинами зі споживачем
ENQA – Європейська асоціація забезпечення якості вищої освіти
ESIB – Об'єднання національних студентських спілок в Європі
ESG – Європейські стандарти і рекомендації щодо забезпечення гарантій
якості вищої освіти
EUA – Європейська асоціація університетів
FAO – продовольча й сільськогосподарська організація ООН
GII – глобальний інноваційний індекс
ISIC – Міжнародна стандартна галузева класифікація видів економічної
діяльності
NACE – класифікація видів економічної діяльності у Європейському
співтоваристві

ВСТУП

Вищий навчальний заклад (ВНЗ) є установою приватного або публічного права, що здійснює наукову, науково-технічну, освітньо-виховну, інноваційну та науково-методичну діяльність і забезпечує здобуття особами вищої освіти з урахуванням їхніх потреб, інтересів і здібностей. Нині кожен ВНЗ – фактично центр освіти, науки й культури. Високий рівень динаміки ринкового середовища й соціального оточення сьогодні вимагає від вищих навчальних закладів оперативної та гнучкої взаємодії з економічною й соціально-культурною сферами. Зростання невизначеності як ключової характеристики ринкового середовища потребує підвищення самостійності всіх суб'єктів суспільного життя, у тому числі й вищих навчальних закладів. У зв'язку з цим основним завданням ВНЗ є підготовка фахівців, спроможних ефективно працювати в сучасних умовах високої інформатизації та глобальних взаємозв'язків. Одночасно й закладам вищої освіти потрібно навчитися ефективно працювати й розвиватись у динамічних умовах конкурентного ринку.

Усі ці зміни змушують ВНЗ розглядати власну діяльність з точки зору суб'єктів ринкових відносин, змінювати стратегічні орієнтири, шукати інноваційні підходи, методи й інструменти ефективного управління. А відтак усвідомити й прийняти рішення про необхідність упровадження нової системи управління, заснованої на споживчоорієнтованості та підприємницьких засадах функціонування суб'єктів ринку послуг.

Одним зі значущих чинників суспільного розвитку є формування інформаційного суспільства та становлення суспільства знань. Його основними суб'єктами стають вищі навчальні заклади, що продукують нові знання й інновації та забезпечують передавання їх суспільству шляхом надання освітніх послуг. Саме тому вища освіта є галуззю економіки, яка найбільше потребує наукових розробок і практичних рекомендацій щодо забезпечення ефективного

управління вищим начальним закладам як суб'єктом ринку в умовах інформаційного суспільства, глобалізації освіти й інтеграції України у Європейський простір вищої освіти. Крім того, імплементація нового Закону України «Про вищу освіту», який суттєво розширив академічну свободу й автономію ВНЗ, також потребує зміни підходів до здійснення освітньої діяльності, перебудови системи управління навчальними закладами, упровадження інноваційних стратегічно спрямованих методів та інструментів сучасного менеджменту.

Нові виклики середовища та зміни умов господарювання у сфері обслуговування формують нову парадигму управління суб'єктом ринку послуг. «Парадигма будь-якої суспільної науки, і зокрема менеджменту, – як зазначає П. Друкер, – ґрунтується на уявленнях про реальність, яку формують учені, письменники, викладачі та практики. Але й самі уявлення роблять визначальний вплив на те, що в цій галузі знання вважаються реальністю, – точніше, що мають на увазі під реальністю вчені, письменники, викладачі та практики. Уявлення про реальність, що існують у рамках даної дисципліни, визначають її зміст. Вони визначають те, що ця дисципліна вважає «фактами», і те, як ця дисципліна трактує саму себе. До того ж, уявлення про реальність значною мірою визначають те, на що ця дисципліна звертає увагу, а що – ігнорує або відкидає як “прикрі винятки”». Таким чином, для розуміння реальності сучасної ринкової економіки необхідно усвідомити один важливий факт, продовжує вчений: «Фундаментом сучасного суспільства, економіки і людських відносин є аж ніяк не технології, і не інформація, і не продуктивність. Фундаментом сучасного суспільства, економіки і людських відносин є керована організація як суспільний інститут, мета якої – досягнення результату. А менеджмент – це спеціальний інструмент, особлива функція, специфічний апарат, який саме і забезпечує організації можливість досягати потрібних результатів. До сфери менеджменту входить усе, що якимось чином впливає на ефективність організації та результативність її діяльності – усередині організації або за її межами» [97].

Споживча орієнтованість є визначальним принципом роботи сучасної організації, що надає послуги й усвідомлює роль і значення споживача у своїй діяльності. В умовах жорсткої конкуренції вищим навчальним закладам доводиться боротися за кожного споживача – постійно підвищувати якість освітньої діяльності, формувати програми лояльності для споживачів, пропонувати якомога більше нових освітніх послуг, вишукувати конкурентні переваги. Проте найголовнішим є правильна організація роботи зі споживачем, яку в жодному разі не можна недооцінювати, адже основним чинником ефективності діяльності ВНЗ, що функціонує в умовах ринку, є здатність максимально повно та якісно задовольняти потреби своїх споживачів. Таким чином, розвиток ринку освітніх послуг України багато в чому залежить від формування підприємницьких компетентностей вищого навчального закладу.

Отже, в умовах інформаційного суспільства та глобалізації економіки вирішення нових завдань закладів вищої освіти за допомогою теорій і моделей класичного менеджменту стає неможливим. Сучасні проблеми розвитку українських ВНЗ вимагають розробки нової концепції управління, науково-методологічних і прикладних положень її реалізації на практиці.

Дослідженню теоретико-методологічних аспектів менеджменту організацій, що надають послуги, присвячені роботи відомих учених: К. Албрехта, В. Апопія, Л. Демидової, Л. Беррі, Т. Бурменко, Х. Ворачека, В. Гордіна, К. Гронроса, П. Друкера, М. Іванова, Д. Ковела, А. Кузьміна, В. Кулибанова, К. Лавлока, Л. Малюка, Н. Миронова, Р. Нормана, Я. Остафійчука, О. Пащук, О. Решетняк, М. Сущинської, Л. Тикоцького, К. Хаксевера, А. Челенкова, Б. Чернишова, Дж. Шоула й ін.

Питанням розвитку вищих навчальних закладів, дослідженню генезису й еволюції ідеї й місії університету та його сучасної ролі в умовах формування інформаційного суспільства присвятили свої праці такі вчені, як: Дж. Г. Ньюмен, К. В. фон Гумбольдт, Х. Ортега-і-Гассет, К. Ясперс, Р. Хатчинс, К. Керр, Д. Белл, Р. Барнетт, Б. Кларк, З. Бауман, Б. Рідінгс, В. Кремень,

А. Прохоров, А. Грудзинський, В. Повзун, М. Макаркін, О. Зіневич, О. Леонова, Л. Фадєєва й інші дослідники.

У розвиток питання забезпечення ефективного управління вищим навчальним закладом зробили внесок як українські, так і зарубіжні вчені, а саме: А. Берец, Р. Бирман, Дж. Рейлі, С. Квіт, В. Кремень, М. Згуровський, І. Грищенко, І. Каленюк, О. Куклін, В. Рожок, А. Асаул, І. Маркіна, В. Луговий, О. Романовський, І. Тарасенко, І. Богачевська, М. Денесенко, Д. Єфременко, О. Комарова, В. Александров, Л. Драганчук, А. Дмитрів, К. Дрезинський, Л. Вербицька, Ю. Варланов, М. Гладченко, Ю. Вагнер, А. Гринь та ін.

Проте в сучасній економічній науці залишається багато недостатньо розроблених питань, зокрема ті, що стосуються пошуку оптимальної моделі управління вищим навчальним закладом як найважливішим суспільним інститутом і одночасно суб'єктом ринкових відносин в умовах постійних суспільно-економічних трансформацій і формування інформаційного суспільства.

Усе вищезазначене зумовило вибір теми дослідження, її актуальність, мету, завдання, об'єкт, предмет, логіку дослідження, наукову та практичну значимість.

Метою даного монографічного дослідження є розробка теоретико-методологічних, науково-методичних і практичних основ управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринку послуг в умовах формування інформаційного суспільства.

Досягнення мети роботи зумовило вирішення таких завдань: дослідити основні підходи до визначення змісту понять «послуга» та «освітня послуга», розкрити їхню сутність як економічної категорії; зробити теоретичні узагальнення щодо еволюції ідеї та місії вищого навчального закладу (університету); визначити чинники розвитку інформаційного суспільства та їхній вплив на розвиток ВНЗ; проаналізувати тенденції розвитку сфери послуг України та діяльності ВНЗ як суб'єктів ринку послуг; розкрити сутність університетської автономії, обґрунтувати завдання щодо формування автономії

ВНЗ як способу розвитку закладів вищої освіти України; проаналізувати існуючі моделі управління ВНЗ, визначити ключові характеристики сучасної парадигми управління ВНЗ як суб'єктом ринку послуг; узагальнити концептуальні засади управління ВНЗ як суб'єктом ринку послуг в умовах інформаційного суспільства; визначити чинники формування попиту на освітні послуги та забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ; доповнити та розвинути методологічні положення процесно-цільового управління ВНЗ; розробити методичні положення та практичні рекомендації щодо побудови структури управління ВНЗ на підприємницьких засадах; розробити науково-методичні положення та механізм управління системою внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності; узагальнити інструментарій управління ВНЗ у частині забезпечення якості освітніх послуг; розробити методичні положення оцінювання рівня реальної автономії вітчизняних ВНЗ для прийняття ними управлінських рішень; розробити методологічні та методичні положення оцінювання рівня ефективності управління ВНЗ; розробити пропозиції з удосконалення наукових підходів до управлінського інструментарію стратегічного вибору ВНЗ як суб'єкта ринку послуг.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що основні концептуальні та науково-методичні положення, узагальнення та висновки монографічного дослідження, доведені до рівня конкретних методик і практичних рекомендацій і можуть бути використані для вдосконалення системи управління ВНЗ та підвищення ефективності його діяльності як суб'єкта ринкових відносин.

Автор щиро дякує науковому консультанту – доктору економічних наук, академіку НАПН України, професору Івану Михайловичу Грищенку та своїм колегам з Київського національного університету технологій та дизайну за допомогу під час проведення досліджень та підготовки рукопису монографії.