

Для країн з екстравертною моделлю формування і використання інтелектуального капіталу збільшується ризик потраплення в інституційну пастку глобального відтоку інтелекту. Пастка глобального відтоку інтелекту спричинена інституційними розривами в процесах формування та використання інтелектуального капіталу. Невідповідність професійної кваліфікації здобутому освітньому рівню – ще один із найбільших викликів вітчизняного ринку мериторних благ вищої освіти, що зумовлено системними інституційними пастками, зокрема недосконалістю експертизи знань, як наслідок – недовірою до дипломів, сертифікатів тощо. Аналіз вакансій порталу Headhunter, проведений Світовим Банком, довів, що 54% роботодавців не цікавляться рівнем освіти найманих працівників, а дослідження Світового банку показало високий рівень незадоволеності роботодавців рівнем підготовки фахівців, основною причиною якого визначається незадовільна практична підготовка [14].

Високий рівень підготовки фахівців певних спеціальностей залишається незатребуваним національним ринком праці з причини низького рівня соціально-економічного розвитку країни або спотвореної структури виробництва. Це спонукає високоякісних національних спеціалістів до переїзду в країни, де створено умови для використання інтелектуального капіталу (як варіант, праця на іноземних замовників з території країни). За таких умов країна інтегрується в глобальне середовище із втратою вже сформованого національного інтелектуального капіталу [88].

Зображені на рис. 2.2, інституційні пастки зумовлені зятим колом бідності, характерним для країн із низьким рівнем доходів на душу населення, до яких належить і Україна (за даними МВФ у 2015 році Україна знаходилася на 134 місці серед 186 країн, із середньорічним доходом на душу населення у 2109 дол. США [13]).

Апріорі виконання вищою освітою своїх суспільних функцій стає можливим за умови надання нею таких освітніх послуг, які б враховували приватні, колективні, суспільні інтереси, тобто взаємної узгодженості інтересів зацікавлених сторін (stakeholders). Посилення глобалізаційних процесів вимагає від національних зовнішніх стейкхолдерів вищої освіти не тільки системної її підтримки заради формування високоякісного інтелектуального капіталу, а й створення умов для його використання в національній господарській системі, що дозволить інтегруватися в глобальну економіку без значних його втрат.

2.3. Рейтингове оцінювання діяльності вітчизняних закладів вищої освіти

В умовах погіршення демографічної ситуації всередині країни та посилення конкуренції на світовому ринку освітніх послуг дуже важливим стає імідж закладу вищої освіти і національної системи вищої освіти.

Аналіз сучасного національного і глобального ринку освітніх послуг не можна уявити без рейтингового оцінювання закладів вищої освіти, за рахунок чого відбувається:

– сприяння модернізації та гнучкості освітянської сфери завдяки

зворотному зв'язку (у вигляді опитувань) з основними учасниками (студентами, викладачами) навчального процесу;

- стимулювання конкуренції між різними освітніми закладами, навчальними програмами та дисциплінами;

- своєчасне надання потенційним споживачам (абітурієнт, працедавець, державні структури) адекватної порівнювальної інформації про статус закладів вищої освіти;

- забезпечення прав молодшої людини на працевлаштування за рахунок покращення якості освіти [184].

Європейським Центром Вищої Освіти (ЮНЕСКО-СЕПЕС, Бухарест) та Інститутом Політики у Вищій Освіті (ІНЕР, Вашингтон) зібрані, проаналізовані та систематизовані різні типи і види методів, які застосовуються у рейтингуванні освіти [189].

Рейтинги закладів вищої освіти класифікуються за типами:

- рейтинги з нарахуванням єдиного підсумкового бала – їх застосовують для ранжування закладів вищої освіти у цілому. Процедура така: складається набір показників, кожному з них присвоюється своя вага, з урахуванням чого обчислюється єдина підсумкова оцінка якості для даного закладу. Це дуже поширений підхід, найбільш вдалими прикладами його застосування можуть послужити рейтинги U.S.News and World Report (США) і журналу «Перспективи» (Польща).

- рейтинги закладів вищої освіти з конкретних дисциплін, програм навчання або з окремих предметів – в цьому випадку ранжуванню піддаються не заклади вищої освіти, а запропоновані ними окремі програми або певні предмети. Таким чином, можна оцінювати якість навчальних програм будь-якого рівня – від програм отримання диплома до аспірантських, професійних та ін. Такі рейтинги готує журнал «Perspektywy» (Польща), «Stern» (Німеччина), «Business Week», «Financial Times» (Великобританія) і багато інших.

- рейтинги з комбінованим підходом в ранжуванні. В даному випадку присутні свої, особливі методи рейтингів/таблиць ліг, які відносяться до різних типів.

Рейтинги закладів вищої освіти класифікуються за своєю структурою:

- порядковий, в цьому випадку закладам присвоюються порядкові номери, і вони розташовуються в рейтингу відповідно до цих номерів. Такий підхід застосовують у «Додатку з вищої освіти до газети «Times», рейтинги DAAD в Німеччині та ін.;

- кластерний (групування закладів вищої освіти за рейтингом). Наприклад, рейтинг «Stern» (Німеччина) об'єднує ранжовані заклади вищої освіти у три групи – кращу, середню та гіршу;

- комбінований, кожному закладу вищої освіти присвоюється кількісна оцінка, але дані публікуються тільки для певної кількості кращих з них. Цей варіант представляє свого роду гібрид двох перших. Такий підхід застосовує «Рекрут» (Японія), де в рейтинг за кожним показником включаються тільки 50 кращих закладів вищої освіти. Можливі й інші комбінації.

Рейтинги закладів вищої освіти класифікуються за джерелами даних:

– за наявними даними (наприклад, що містяться в опублікованих звітах ЗВО);

– за зібраними даними (анкетування студентів, професорсько-викладацького складу, роботодавців, випускників).

Таким чином, рейтинг – це розташування в певному порядку групи об'єктів, оцінених за різними критеріями. Використання різних критеріїв дозволяє всебічно оцінити об'єкти і розташувати їх від кращого до гіршого.

При складанні рейтингу необхідно чітко уявляти собі, для кого він призначений. Орієнтація на цільову споживчу групу визначає концепцію рейтингу, показники і спосіб представлення результатів. Вибір показників має вирішальне значення при підготовці рейтингу. При цьому важливо розуміти, що придатність показників багато в чому залежить від специфіки національної системи освіти. Тому в одному випадку певний показник може бути виключно важливим, але в іншому виявляється практично безглуздом. Тому при виборі показників доцільно керуватися загальними міркуваннями дієвості (чи дійсно показник характеризує той аспект, який він повинен характеризувати?), надійності (вільний показник від похибки?) і можливості порівняння (чи є показник єдиним незалежно від типу програми або закладу вищої освіти?).

Можливий й інший підхід до підбору показників – з точки зору вкладень, процесу і результатів. За інших рівних умов перевага надається показникам, що описують процес (тобто якість викладання) і результати (наприклад, успішність трудової діяльності випускників).

Одним з найпоширеніших методів переведення обраних показників в формат рейтингування є метод зважування і підсумовування. Тут кожному показнику присвоюється вага відповідно до наданої йому важливості, а потім всі показники підсумовуються з урахуванням вагових коефіцієнтів для отримання підсумкового балу. Залежно від числа показників і присвоєння їм вагомості один з показників може превалювати над іншими або кілька менш важливих показників можуть переважити один, але критично важливий.

У результаті зусиль зі складання рейтингів закладів вищої освіти та освітніх програм оцінювачами розроблені схеми, в цілому засновані на подібних принципах і підходах, але вони значно різняться в деталях. Всі схеми виходять з того, що якість академічного персоналу, загальний рівень здібностей студентів і наявні ресурси в значній мірі визначають рівень університету; розбіжності проявляються в таких більш дрібних питаннях, як способи оцінки якості персоналу (за дослідницькою діяльністю або за викладанням) і підбір показників для ресурсів. Крім того, автори всіх рейтингів вважають за необхідне враховувати показники якості дипломних програм [179].

Тенденцією останнього часу є орієнтація на розробку багатовимірних рейтингів, у яких кожний показник ранжується окремо, а користувач повинен сам обирати найбільш важливі для себе показники. Ранжування закладів вищої освіти й освітніх програм – явище глобального характеру. Воно слугує багатьом цілям: відповідає на запитання споживача в отриманні доступу до зрозуміло поданої інформації про статус закладів; стимулює конкуренцію між ними; забезпечує обґрунтованість направлення фінансування; допомагає класифікувати різні типи освітніх закладів, навчальних програм і дисциплін.

Крім того, за умови правильного розуміння й інтерпретації, ранги вносять вклад у визначення поняття «якості» закладу вищої освіти у своїй країні, доповнюючи багатогранну діяльність, здійснювану громадськими і незалежними акредитованими організаціями в області експертизи й оцінки якості освіти. Ось чому ранжування закладів вищої освіти стало невід'ємною частиною загальнонаціональних процесів контролю та забезпечення якості, й чому все більше країн будуть розвивати ранжування в майбутньому. Враховуючи цю тенденцію, важливо, аби організації, що розробляють рейтинги, відповідали за якість своїх даних, методологію та поширювання інформації.

Приймаючи до уваги сказане вище Європейським центром з вищої освіти ЮНЕСКО (UNESCO-CEPES) було створено Інститут стратегії в області вищої освіти та Міжнародну експертну групу з ранжування (IREG), яка розробила Принципи ранжування вищих навчальних закладів (Берлін, 2006 рік). Результатом цієї ініціативи була розробка основ створення та поширення загальнонаціональних, регіональних та світових рейтингів, що загалом приведе до появи системи постійного покращення та вдосконалення методик рейтингування [2].

З найбільш цікавих трендів в області методології глобального ранжування необхідно виділити реалізуємий європейський підхід до картування діяльності університетів (проекти U-Map і U-Multirank), що дозволяє на основі сучасних технологій реалізувати можливість побудови власної оцінки закладу вищої освіти будь-яким споживачем за обраним і цікавим для нього набором параметрів. До важливих трендів необхідно віднести зниження інтересу до рейтингів сайтів закладів, в тому числі, до головного з них – Webometrics. Це пояснюється стрімким розвитком інструментів веб-вимірів, що дозволяє будувати незалежні від існуючого оцінювача порівняльні таблиці.

В Україні розробкою, апробацією та впровадженням принципів міжнародної експертизи та системи рейтингового оцінювання закладів вищої освіти з використанням методик, накопичених ЮНЕСКО займається Центр міжнародних проектів «Євроосвіта».

Існує декілька основних відмінностей між системою рейтингів закладів вищої освіти та існуючою в нашій країні системою оцінки якості освіти:

- система рейтингування закладів вищої освіти на 100% незалежна від офіційних державних структур і таким чином нівелює їх вплив на оцінку якості освіти;
- рейтинги представляють об'єктивну, прозору та максимально повну інформацію про якість освітніх послуг надаваних закладами вищої освіти;
- рейтинги дають можливість зрозуміти механізм ціноутворення в сфері платної освіти у закладах вищої освіти, й відповісти на постійно виникаючі запитання про оптимальність співвідношення «ціна/якість освіти»;
- система рейтингування закладів вищої освіти не тільки є визнаною та працює у багатьох країнах світу, а й постійно координується та вдосконалюється [184].

Для Центра «Євроосвіта» є важливими декілька положень:

- моніторинг якості освіти має бути повним, постійним, прозорим, об'єктивним;
- критерії оцінювання повинні бути зрозумілими й відповідати поставленим цілям;
- результати рейтингового оцінювання висвітлюються в засобах масової інформації;
- розробляти, апробувати та впроваджувати в Україні принципи міжнародної експертизи та системи рейтингового оцінювання закладів вищої освіти з використанням методик, накопичених ЮНЕСКО;
- брати участь у створенні в Україні сучасної інформаційної інфраструктури з розгалуженою мережею інформаційних зв'язків і розподіленими системами обробки даних, розробляти інформаційні ресурси в галузі освіти, та інтегрувати її до європейського, світового простору;
- сприяти об'єднанню національної систем освіти і науки в європейський простір з єдиними вимогами, критеріями і стандартами, що сприяють європейській співпраці щодо забезпечення якості освіти та усуненню наявних перепон на шляху мобільності студентів, викладачів, дослідників і управлінців вищої школи.

Проект «Топ-200 Україна» став першим і залишається на сьогодні єдиним акредитованим IREG академічним рейтингом в Україні, відмінною рисою якого є спроба порівняти між собою університети різних типів на основі застосування до них універсальної системи критеріїв. У цьому сенсі рейтинг «Топ-200 Україна» трансформує до умов України ідеї таких міжнародних рейтингів, як «Академічний рейтинг університетів світового класу» (AWRU), більш відомого як «Всесвітній рейтинг Шанхайського університету», Всесвітній рейтинг університетів газети «Times», і «Всесвітній рейтинг університетів QS» компанії Quacquarelli Symonds Ltd. Останнім часом команда «Топ-200 Україна» тісно співпрацює з фахівцями пан-європейського рейтингового проекту «U-Multirank», який фінансує Єврокомісія.

В рейтингу «Топ-200 Україна» за 2017 рік беззаперечним лідером за всіма обраними критеріями є Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» імені Ігоря Сікорського, який збільшив відрив від інших українських закладів вищої освіти у порівнянні з 2016 роком. Київський національний університет імені Тараса Шевченка та Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна зайняли відповідно друге і третє місця. Четверту сходинку займає Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», замикає п'ятірку лідерів «Львівська політехніка». Харківський державний університет харчування та торгівлі знаходиться на 114 місці. (див. дод. Б) [187].

Методика проекту «Топ-200 Україна» створена відповідно до Берлінських принципів ранжування університетів і базується на використанні даних прямих вимірів та експертних думок, упродовж часу існування певною мірою адаптувалася до змін у системі вищої освіти країни. Але незмінним базисом методики залишався загальний набір індикаторів для закладів вищої освіти

різних типів, що дозволяло порівнювати результати їхньої діяльності, яка оцінюється з допомогою інтегрованого індексу – I_3 . Цей індекс містить три комплексні складові:

$$I_3 = I_{np} + I_n + I_{me}$$

де I_{np} – індекси якості науково-педагогічного потенціалу;

I_n – індекс якості навчання;

I_{me} – індекс міжнародного визнання.

Усього для формування зазначених індексів нинішнього року використовувалися 24 індикатори прямого виміру з сумарною вагою 80%, показник інформаційних ресурсів (якість та функціональна повнота веб-сайтів університетів) – 5% і експертне оцінювання з ваговим коефіцієнтом 15%. Цього року для оцінювання міжнародного визнання закладів вищої освіти додатково враховувалася його участь у таких європейських програмах, як «Горизонт 2020», Seventh Framework Programme, TEMPUS, Erasmus+. Дані про ці індикатори, за результатами діяльності університетів у попередньому році, вибиралися з кількох незалежних джерел (показники самих закладів, МОН України, Комітету з державних премій України і премій імені Тараса Шевченка, міжнародних асоціацій університетів, інформація про участь у міжнародних проектах «Горизонт 2020» ("Horizon 2020"), 7-ї рамкової програми ЄС (Seventh Framework Programme), TEMPUS, Erasmus+, інші відкриті дані). Експертне оцінювання проводилося за такими критеріями: рівень базової, загальноосвітньої підготовки студентів, рівень їхньої фахової підготовки, рівень практичного володіння інформаційними технологіями, затребуваність випускників ЗВО ринком праці.

Важливо, що з 2015/2016 року для ранжування закладів вищої освіти Оргкомітетом Національного академічного рейтингу «ТОП-200 України» додатково було введено критерій «Інноваційна діяльність університетів», який кількісно вимірюється обсягом інвестицій, зроблених приватним, високотехнологічним бізнесом в стартапи університетів. В якості стартапів розглядаються не лише новітні технічні розробки, а й проекти в різних галузях людської діяльності (біологічній, медичній, аграрній, гуманітарній та інших), які ґрунтуються на новітніх ідеях і мають затребуваність на споживчому ринку. Отриманий результат включено до Інп — індексу якості науково-педагогічного потенціалу. У результаті нововведень рейтингову систему було підсилено інноваційною складовою наукової роботи університету. [100]. «Слабкою ланкою» багатьох наших університетів залишаються їхня інформаційна закритість, небажання надавати громадськості інформацію про свою діяльність (слабке, неповне, невчасне наповнення сайтів університету, відсутність їх англійських версій), що суперечить болонським принципам функціонування європейських університетів.

Інформаційним ресурсом Освіта.іа складається консолідований рейтинг закладів вищої освіти на підставі найбільш відомих в Україні рейтингів:

– «ТОП-200 Україна», що оцінює діяльність закладів вищої освіти за допомогою агрегованого показника (інтегрального індексу), який формується на підставі індикаторів прямого вимірювання (80%), експертної оцінки якості

підготовки випускників закладів вищої освіти представниками роботодавців та академічного співтовариства (15%), а також з використанням міжнародних наукометричних і веб-метричних даних (5%);

– «Scopus» – показник рейтингу закладів вищої освіти, який є інструментом для відстеження цитованості наукових статей, які публікуються професорсько-викладацьким складом ЗВО у наукових виданнях. У рейтинговій таблиці заклади вищої освіти України ранжовані за індексом Гірша – кількісним показником, що базується на кількості наукових публікацій і кількості цитувань цих публікацій;

– «Вебометрикс», який ураховує кількість проіндексованих пошуковими системами сторінок сайту закладу вищої освіти, зовнішні посилання на нього, цитованість ресурсу, а також кількість завантажених на сайт файлів (іншими словами, змістовну та інформаційну активність сайту навчального закладу).

У консолідованому рейтингу кожному закладу вищої освіти присвоєно бал, що дорівнює сумі його місць у рейтингах «ТОП-200 Україна», «Scopus» і «Вебометрикс» (див. дод. В) [187].

База даних Scopus постійно індексує більше 20 тисяч наукових журналів, 370 книжкових серій і 5,5 млн наукових праць конференцій. В базу даних Scopus включено 128 закладів вищої освіти України. У рейтинговій таблиці ЗВО України ранжовані за індексом Гірша – кількісним показником, заснованим на кількості наукових публікацій і кількості їх цитувань. Згідно з даними рейтингу 2016 р. (див. дод. Г), найвищий індекс Гірша серед університетів України мають Київський національний університет ім. Т. Шевченка – 73, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна – 57 і Львівський національний університет ім. І. Франка та Одеський національний університет ім. Мечникова – 46. П'яту і шосту сходинку займають Чернівецький національний університет ім. Федьковича – 44 і НТУ «Київський політехнічний інститут – 38 [146].

У 2017 р. за даними рейтингу Scopus з найвищим індексом Гірша лідируючі позиції зберігають Київський національний університет ім. Т. Шевченка – 79 та Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна – 60. Чернівецький національний університет ім. Федьковича перемістився на третє місце – 51, а четверте й п'яте місця поділяють Львівський національний університет ім. І. Франка та Одеський національний університет ім. Мечникова – 50 [147].

Ступінь інтеграції будь-якого наукового закладу у «світову павутину» оцінюють за допомогою рейтингу Webometrics Ranking of World's Universities (Cybermetrics Lab, National Research Council, Spain). Існують і інші відомі рейтинги, на кшталт Academic Ranking of World Universities (Shanghai Jiao Tong University), проте вони не фокусуються на Web-діяльності університетів, беручи до уваги безліч інших факторів. В свою чергу Webometrics укладається за спеціальною методикою, розробленою у відповідності до Берлінських принципів рейтингування закладів вищої освіти (Berlin Principles on Ranking of Higher Education Institutions), визначених ЮНЕСКО, та аналізує не освітню діяльність університету в цілому, а саме представлення закладу в Інтернеті.

З 2004 року двічі на рік здійснюється ранжування мережної присутності

закладів вищої освіти зі всього світу. На даний момент аналізується близько 13000 закладів вищої освіти з майже 18000 закладів, включених у Всесвітню Базу Вищої Освіти (WHED). Серед них 11 українських ЗВО увійшли в опублікований перелік 4000. Іспанська лабораторія Cybermetrics, яка належить до дослідницької групи CSIC – складової іспанського Міністерства освіти, запропонувала рейтинг популярності університетів за уподобанням відвідувачів сайту закладу – «Webometrics Ranking of World Universities» [22].

Новий web-рейтинг університетів світу Ranking Web of Universities сформовано з урахуванням систематизованих даних, отриманих розробниками у 2017 році. Він охоплює 20 тисяч закладів вищої освіти з усього світу. Свої рейтингові web-місця отримали і 342 заклади вищої освіти України. Відповідно результатам рейтингу українських установ в Internet за 2017 рік, найбільш популярним у мережі українським закладом вищої освіти є Київський національний університет ім. Т. Шевченка. Друге місце зайняв НТУ «Київський політехнічний інститут», третє – Сумський державний університет [22].

Найбільш вагомими причинами низького рейтингу або, навіть, відсутності у цьому рейтингу вітчизняних закладів вищої освіти є:

1) недостатня увага до функціонування сайтів. Зараз вже не можна зробити сайт – і забути про нього. Це не книга, а щоденна інтерактивна газета, яку користувач бачить 24 години і 7 днів на тиждень. Інформацію потрібно оновлювати, розширювати, пропонувати нові послуги і постійно відслідковувати потреби Вашої цільової аудиторії – абітурієнтів, студентів, науковців або інших груп;

2) відсутність матеріалів, які оцінюються даним рейтингом. Мова йде про повнотекстові наукові роботи або реферативні матеріали;

3) недостатнє аносування заходів, подій, проектів на загальноуніверситетському сайті та сайтах підрозділів;

4) практична відсутність сайтів наукових підрозділів і держбюджетних тем;

5) поганий стан мовних версій сайтів;

6) відсутність практики оцінки наукових досягнень за наявністю в Internet та зовнішніх посилань на роботи.

Повноцінна присутність в мережі можлива лише за умови об'єднання зусиль багатьох підрозділів та авторів [100].

Рейтинги і методики рейтингування в останні роки актуальна тема не тільки для українського, а й для міжнародного академічного та експертного співтовариства. Необхідно визнати, що феномен рейтингів університетів є і потрібно пристосовуватися до його існування, оскільки вони (рейтинги) впливають на репутацію закладів вищої освіти, що, в свою чергу, додатково приваблює студентів і дозволяє збільшити доходи закладу і, таким чином, покращити його матеріальну й наукову базу.

Незважаючи на вже створені й в достатній мірі розвинуті інститути та процедури міжнародних рейтингів закладів вищої освіти, незадоволеність їх результатом у суспільстві залишається. Як підтверджує практика, баланс інтересів ренкерів й академічного співтовариства може бути лише частковим. Оскільки повне дотримання інтересів всіх сторін в такій складній системі як

вища освіта майже неможливе.

Академічне співтовариство України вважає, що міжнародні рейтинги орієнтуються в першу чергу на оцінку дослідницької складової діяльності закладів вищої освіти, не повною мірою оцінюють історичні особливості розвитку національних освітніх систем, культурний контекст, мовні особливості – все те, що необхідно враховувати відповідно канонам Берлінських принципів IREG.

Міжнародні рейтинги представляють картину освітнього простору без особливих деталей, а національні рейтинги базуються на побудові деталізованої картини. Для вітчизняної системи освіти найбільш привабливими у майбутньому можуть бути системи інтегрування всіх або більшості сфер діяльності закладів вищої освіти, на відміну від існуючих лінійних рейтингів [78].

Так, важливого значення для сучасного розвитку вузу набуває інтегральна оцінка якості підготовки випускників, яку можна визначати за статистичними параметрами освітньої та науково-дослідної діяльності закладів вищої освіти та якісними характеристиками, що відображають думку ключових референтних груп: роботодавців, представників академічних і наукових кіл, а також студентів і випускників.

Визначення рейтингового функціоналу відбувається на базі аналізу таких інтегральних факторів:

- 1) якість освіти у закладі вищої освіти (вага = 0,5) (див. дод. Д.1);
- 2) рівень затребуваності роботодавцями випускників закладу (вага = 0,3) (див. дод. Д.2);
- 3) рівень науково-дослідницької активності закладів вищої освіти (вага = 0,2) (див. дод. Д.3).

Значення кожного з інтегральних факторів визначається групами показників, які в свою чергу об'єднують показники, що характеризують ситуацію з найважливіших аспектів діяльності закладів вищої освіти. Ваги груп в рамках рейтингового фактора «якість освіти» складають 0,25. Ваги груп в рамках рейтингового фактора «затребуваність роботодавцями» складають 0,5. Ваги груп в рамках рейтингового фактора «науково-дослідницька активність» розподілені наступним чином: «наукові досягнення» – 0,5, «інноваційна активність» – 0,3, «інноваційна інфраструктура» – 0,2.

Вага кожного показника в рамках груп однаковий, за винятком критерію «Оцінка представниками академічних кіл рівня викладання в університетах» (0,33; ваги інших критеріїв в групі «рівень викладання» 0,16).

На нашу думку, рейтингування бажано доповнити наступними критеріями: рівень залученості студентів в конкурси інновацій; кількість визнаних професіоналом з досвідом інноваційної роботи за фахом; кількість публікацій на одного співробітника ПВП у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України; кількість публікацій у періодичному виданні, яке включено до наукометричних баз, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, що дозволить адаптувати рейтингові фактори до сучасних вимог якості підготовки фахівців.

Головною особливістю методик рейтингування закладів вищої освіти, які

розроблялись в Україні останнім часом, залишались переваги використання традиційних кількісних показників. Необхідно зауважити, що такий підхід не дозволяє повною мірою відобразити активність закладу, а також тенденції його розвитку. Для об'єктивної оцінки ситуації і прогнозів роботи ДУР необхідні додаткові відомості, що відображають якісні параметри. Саме тому розробники рейтингів українських закладів вищої освіти дотримуються в основному зарубіжної методології – використовують у розробці показників експертні оцінки, що виявляють в ході опитування та анкетування, а також поєднують з ними якісні та кількісні показники.

Системоутворюючим фактором рейтингу університету є цілі ранжування, що визначають методологію рейтингу, структуру критеріїв та показників, процедуру вибору та обробки вихідних даних. Необхідно наголосити, що один університет в рейтингах, які мають різну цілеспрямованість, може займати абсолютно різні позиції. Низька якість деяких рейтингів університетів визначається відношенням до них як до однорідної групи об'єктів, в той час як кожний університет являє собою абсолютно індивідуалізований об'єкт. Щоб уникнути цього, результати рейтингу повинні охоплювати групу закладів вищої освіти, достатньо однорідну як за місією, так і за напрямком діяльності.

Як правило, вітчизняні рейтинги закладів вищої освіти будуються на основі багатофакторної моделі їхньої діяльності. Виникає необхідність визначення відносної значущості кожного фактору (визначення їх ваги). Як зазначалося раніше, визначення ваги – один з найважливіших етапів рейтингування, що базується на урахуванні рекомендацій спеціалістів, а також на поглядах цільових аудиторій. Необхідні також нові ідеї та технології щодо виміру знань – не тільки продуктивність публікацій наукових статей та їхнього цитування. Потрібні нові ідеї у вимірюванні брендів університетів. Доцільно накопичувати і дані опитування внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів вищої освіти: академічного співтовариства, роботодавців, співтовариств випускників тощо [81].

Пропонуємо розглядати наступні критерії оцінки закладів вищої освіти (табл. 2.4). Кожен з обраних критеріїв включає десятки індикаторів, тому акцентуємо увагу на оцінку за граничною кількістю параметрів для вибірки класичних університетів України. Найбільш адаптованими до сучасних вимог оцінювання закладу вищої освіти можна визначити наступні критерії:

1. Соціалізація. Цей рейтинг – спроба хоча б частково оцінити реалізацію соціальної місії кожного університету. Одна з функцій освіти, яка складає функціональне ядро соціального інституту, відповідає за відновлення структури суспільства, але механізм поки що вивчений недостатньо. В представленому рейтингу зроблена лише перша спроба такої оцінки. Головними складовими оцінки соціальної функції закладу вищої освіти є оцінки впливу університету на соціально-економічні процеси різного рівня – міського, регіонального, національного, міжнародного. Це одна складових виміру бренда закладу вищої освіти.

Таблиця 2.4 – Структура моделі рейтингу закладів вищої освіти України

№ з/п	Критерій	Короткий опис індикаторів критерію	Вага
1.	Освітня діяльність закладу вищої освіти	Оцінка кількості студентів всіх ступенів підготовки (бакалавр, магістр). Оцінка кількості ППС (професорсько-викладацький склад), що працює на повній ставці. Оцінка рівня кваліфікації ППС. Оцінка освітніх програм. Оцінка якості абітурієнтів. Оцінка витрат на підготовку студента. Оцінка ресурсного забезпечення навчального процесу матеріально-технічною базою. Оцінка рівня організації навчального процесу. Суспільна думка.	0,2
2.	Науково-дослідна діяльність закладу вищої освіти	Результативність роботи аспірантури і докторантури. Оцінка навчальних програм для підготовки спеціалістів закладу для наукових досліджень. Оцінка ресурсного забезпечення матеріально-технічної бази процесу досліджень. Оцінка рівня організації науково-дослідницького процесу. Оцінка досягнень ППС в сфері науки та досліджень. Суспільна думка.	0,2
3.	Соціальна діяльність закладу вищої освіти	Оцінка навчальних програм з соціально-гуманітарних дисциплін. Оцінка матеріально-технічного забезпечення соціально-культурної діяльності. Просторовий масштаб діяльності закладу. Суспільна думка.	0,15
4.	Міжнародна діяльність закладу вищої освіти	Оцінка академічної мобільності студентів, викладачів, вчених. Оцінка міжнародності освітніх програм. Оцінка міжнародної репутації закладу. Оцінка впливу на зарубіжні ринки освіти, досліджень, soft power. Оцінка обсягу залучених засобів від міжнародної діяльності. Суспільна думка про процеси інтернаціоналізації у закладі.	0,15
5.	Бренд закладу вищої освіти	Вік, місія ЗВО, стратегії розвитку. Успішність випускників вузу, досягнення ЗВО в процесі селекції еліт національного і міжнародного рівнів. Суспільна думка.	0,15
6.	Суспільна думка про діяльність закладу вищої освіти	Погляди зацікавлених груп респондентів про діяльність закладу вищої освіти: – представники академічного співтовариства про діяльність закладу – представники професійних співтовариств та роботодавців – представники співтовариств випускників	0,15

2. Інтернаціоналізація закладів вищої освіти останнім часом стала одним з пріоритетів реформування системи освіти, яка набула особливого змісту з моменту приєднання України до Болонського процесу. Експорт освіти забезпечить для України не тільки пряму економічну вигоду, а й експансію своїх соціальних, економічних та технологічних стандартів.

3. Критерій «Бренд». Оцінка бренду закладу вищої освіти є новим складним завданням. Дискусія про наявність/розвиток/втрату закладами бренду та дискусія про університетську репутацію звертають увагу на вимірювання цих віртуальних параметрів. Досвід показує цілий ряд обмежень, які пов'язані з невизначеністю, і в основному базується на досягненнях закладів вищої освіти у селекції національних еліт. Крім того, оцінюється впізнаність закладів вищої освіти аудиторією та співтовариствами випускників. Про існуючу впізнаність бренду можна говорити лише щодо деяких закладів вищої освіти України. Лідерами останніх років впевнено залишаються Національний технічний університет «Київський політехнічний інститут», Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, Одеський національний університет ім. Мечникова, НТУ «Харківський політехнічний інститут».

Отже, разом з участю у розробці, апробації та впровадженні критеріїв та показників якості освіти, класичні університети повинні займатися методологією, розробкою, моделюванням та реалізацією процедур і технологій збору, обробки та аналізу інформації, організацією моніторингу, предметної області, в тому числі вивченням і розвитком досвіду національних, зарубіжних, міжнародних профільних інститутів; організацією ефективних комунікацій з усіма цільовими аудиторіями; оцінкою ефективності суспільної системи контролю навчання.

На наш погляд, необхідні наступні принципи суспільної оцінки закладів вищої освіти і формування рейтингів:

1. Незалежність та об'єктивність щодо освітніх закладів й органів управління.
2. Забезпечення повноти і комплексності оцінки.
3. Інструментальність і технологічність використовуваних показників (з урахуванням існуючих можливостей збору даних, методик вимірювання, аналізу, інтерпретації даних).
4. Оптимізація системи показників з урахуванням потреб різних рівнів управління освітою, замовників та споживачів освітніх послуг.
5. Орієнтація на вимоги і облік підготовленості зовнішніх користувачів.
6. Зіставність системи показників з міжнародними аналогами.
7. Дотримання морально-етичних норм у виборі показників.
8. Застосування гнучких підходів при розділенні критеріїв зовнішньої оцінки якості освіти на дві категорії: які визначаються на основі статистичного спостереження та експертних оцінок якості освіти.

Проблеми непрозорості вузівської політики й обмежень суспільно-професійних оцінщиків у доступі до вузівської інформації мотивують суспільні інститути контролю освітньої системи до утворення альтернативних механізмів збору, зберігання, обробки, аналізу та розповсюдження інформації та знань про

об'єкти освітньої системи. Але такий шлях має істотні обмеження, що пов'язані не тільки із залученням значних ресурсів для реалізації альтернативних механізмів, а й з організацією процесу перегляду регулюючих сферу освіти документів, що вимагає модернізації державної системи спостереження освітньої статистики.

У світовому та європейському освітньому просторі рейтингові системи набули широкого розповсюдження та застосування в різних сферах економічної, соціальної, політичної діяльності. Рейтингове оцінювання діяльності закладів вищої освіти всіх форм власності є невід'ємною складовою національного моніторингу вищої освіти. Ця складова задовольняє попит споживачів ринку освітніх послуг і ринку праці щодо репутації вищого навчального закладу, стимулює змагання, сприяє активізації участі цільових груп у формуванні сучасних вимог до рівня підготовки фахівців.

Система вищої освіти постійно перебуває під впливом динамічних змін політико-правового, соціально-економічного, міжнародного, науково-технологічного, екологічного, соціально-культурного характеру та інше. Забезпечення якості вищої освіти в цій ситуації залежить від адекватної попереджувальної реакції вищих навчальних закладів на ці зміни. Нами виокремлено перелік причин, що зумовлюють проведення постійного моніторингу вищої освіти та застосування рейтингів вищих навчальних закладів, а саме: загострюється міжнародна конкуренція університетів; студенти та викладачі пізнають та порівнюють якість вищої освіти за межами рідної країни; поступово формується єдина міжнародна точка зору на те, яким повинен бути високоякісний університет.

Отже, застосування рейтингів закладів вищої освіти є важливим та ефективним інструментом забезпечення якості вищої освіти, яка визначається на основі двох базових ознак: ефективності політики зарахування в студенти та успіхів випускників у працевлаштуванні та кар'єрному рості. Це приводить до стратифікації ЗВО за якістю освіти, виокремлення групи елітних університетів, формування ієрархічного ринку освіти [143].

Не зважаючи на вказані вище недоліки та складнощі рейтингових оцінок ЗВО, вони виступають важливим джерелом зовнішньої інформації, яка свідчить про місце ЗВО на ринку освітніх послуг, його позицію серед конкурентів, можливості розвитку. Інформація щодо зміни рейтингу ЗВО у часі надасть можливість оцінити динаміку розвитку закладу, виявити резерви або слабкі місця. Якщо проаналізувати склад індикаторів, за якими визначаються критерії, то видно, що майже кожен із них потребує прийняття маркетингових рішень (табл. 2.5), їх покращення багато в чому залежить саме від маркетингової політики ЗВО. Крім того, присутність закладу у різноманітних рейтингах є важливим аспектом його престижності, який впливає на вибір споживачів, довіра яких до такого роду інформації про ЗВО є досить високою.

Таблиця 2.5 – Відповідність елементів маркетингової політики індикаторам критеріїв рейтингового оцінювання

№ з/п	Критерій	Короткий опис	Елемент маркетингової політики		
1.	Освітня діяльність закладу вищої освіти	Оцінка кількості студентів всіх ступенів підготовки (бакалавр, магістр)	Продукт		
		Оцінка освітніх програм			
		Оцінка якості абітурієнтів			
		Оцінка кількості ППС (професорсько-викладацький склад), що працює на повній ставці	Оцінка рівня кваліфікації ППС	Персонал	
					Оцінка витрат на підготовку студента
					Оцінка ресурсного забезпечення навчального процесу матеріально-технічною базою
		Оцінка рівня організації навчального процесу	Ціна	Фізичне оточення	
		Суспільна думка	Процес		
		2.	Науково-дослідна діяльність закладу вищої освіти	Результативність роботи аспірантури і докторантури	Продукт, персонал, процес
Оцінка навчальних програм для підготовки спеціалістів закладу для наукових досліджень					
Оцінка ресурсного забезпечення матеріально-технічної бази процесу досліджень.	Персонал, процес, фізичне оточення				
Оцінка рівня організації науково-дослідницького процесу.					
Оцінка досягнень ППС у сфері науки та досліджень.					
Суспільна думка	Маркетингові комунікації				
3.	Соціальна діяльність закладу вищої освіти	Оцінка навчальних програм з соціально-гуманітарних дисциплін	Продукт, персонал, процес		
		Оцінка матеріально-технічного забезпечення соціально-культурної діяльності			
		Просторовий масштаб діяльності закладу	Маркетингові комунікації		
		Суспільна думка			
4.	Міжнародна діяльність закладу вищої освіти	Оцінка академічної мобільності студентів, викладачів, вчених.	Продукт, персонал, процес, ціна, збут, маркетингові комунікації,		
		Оцінка міжнародності освітніх програм			
		Оцінка міжнародної репутації закладу			

		Оцінка впливу на зарубіжні ринки освіти, досліджень, soft power	фізичне оточення
		Оцінка обсягу залучених засобів від міжнародної діяльності	
		Суспільна думка про процеси інтернаціоналізації у закладі	
5.	Бренд закладу вищої освіти	Вік, місія ЗВО, стратегії розвитку. Успішність випусників вузу, досягнення вузу в процесі селекції еліт національного і міжнародного рівнів. Суспільна думка.	
6.	Суспільна думка про діяльність закладу вищої освіти	Погляди зацікавлених груп респондентів про діяльність закладу вищої освіти: <ul style="list-style-type: none"> • представники академічного співтовариства про діяльність закладу • представники професійних співтовариств та роботодавців • представники співтовариств випускників 	Продукт, персонал, процес, ціна, збут, маркетингові комунікації, фізичне оточення

Рейтинги ЗВО потрібно розглядати як один з ефективних маркетингових інструментів, якими може користуватись заклад на конкурентному ринку освітніх послуг, їх можна сміливо використовувати і як ефективний інструмент позиціонування комплексу освітніх послуг, бо споживач схильний довіряти оцінкам незалежних експертів. Високе місце в рейтингу, звісно, не гарантує високого рівня споживання, але значною мірою, підштовхує споживача зацікавитись саме тим навчальним закладом [159].

На наш погляд, неупереджений аналіз міжнародних рейтингів і експертних оцінок необхідно поєднувати з самостійною постановкою цілей та випрацюванням і втіленням ефективних рішень щодо їх досягнення, виходячи у першу чергу не з іміджевих міркувань, а з реальних потреб та інтересів національного ринку праці. На думку Е. Мединської за 1 рік, шляхом менеджерських рішень, побудови структурованої роботи і маючи стратегію розвитку, університет зі 152 місця можна підняти на 14-те у консолідованому рейтингу ЗВО України [106]. Обґрунтовуючи свою позицію, автор спирається саме на маркетинговий підхід як філософію, світогляд, спосіб мислення, в даному випадку – інноваційний підхід до надання і позиціонування освітніх послуг.

2.4. Маркетингова освіта в Харківському регіоні

Практика підготовки економістів у більшості країн свідчить, що найбільш ефективно підготовка проводиться в межах багатопрофільних закладів вищої освіти, в організаційній структурі яких створюють інститути, факультети, школи економіки. Це обумовлено наближенням підготовки до вирішення сучасних завдань виробництва і дозволяє раціонально використовувати наявний потенціал закладів вищої освіти [18].