

І.О. Давидова, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

РОЗВИТОК СКЛАДОВИХ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Довгостроковий успіх економіки визначається перевагами у задоволенні зростаючих вимог ринку із урахуванням змін як самих потреб споживачів, так і технологічної бази виробництва для їх задоволення. Побудова економіки знань, поступовий перехід до нових господарських відносин, орієнтованих на максимізацію створення цінності для споживачів, передбачає дематеріалізацію виробництва, зміщення акцентів на його інформаційне й інноваційне забезпечення, тому особливого значення набуває інтелектуальна складова економіки, розвиток якої забезпечується сферою освіти. Глобалізація та дослідницько-інноваційний тип розвитку зобов'язують підвищувати ефективність і конкурентоспроможність суб'єктів людської діяльності, виявляти закономірності реалізації лідерів і еліт суспільного прогресу. Відтак актуальними стають питання розвитку та ефективної реалізації потенціалу вищої освіти.

Господарська діяльність у сфері вищої освіти значною мірою визначається наявністю та використанням інтелектуальних ресурсів. Такі умови розвитку ринку освітніх послуг призвели до серйозних змін у сфері освіти: з'явилася і продовжує посилюватися конкурентна боротьба між вищими навчальними закладами, істото змінилися вимоги і цінності споживачів освітніх послуг.

Варто зазначити, що один інтелектуальний ресурс може мати низку можливостей, які по різному здійснюють вплив на вартість і формують набір конкурентних переваг. Ціни на освітні послуги формуються під впливом попиту і пропозиції, з урахуванням конкуренції. При цьому головним компонентом цінової політики виступає не сама ціна продажу освітніх послуг, а співвідношення між величинами прогнозованого ефекту і необхідністю додаткових витрат споживачів на використання освітніх послуг, включаючи процеси їх освоєння.

У структурі управління освітньою установою паралельно існують економічні підрозділи, що відповідають за залучення і освоєння комерційних і бюджетних коштів. Розширення асортименту освітніх послуг відбувається за умов прагнення освітніх організацій до реалізації стратегій зростання при регламентації державними обмеженнями числа одержувачів освітніх послуг, а відповідність послуг освітнім стандартам – це мінімальний рівень їх якості. Розвиток економічного потенціалу вищої освіти стримується недовисконалістю

мотиваційних механізмів для учасників освітньої діяльності на рівні окремих ВНЗ, відсутністю міцних взаємин з представниками бізнес-співтовариств, низький рівень інформованості професорсько-викладацького складу про перспективи ряду освітніх програм.

Високий рівень потенціалу людських ресурсів системи вищої освіти (педагогічного складу, керівників підрозділів, відділень або факультетів, допоміжного персоналу) зможе суттєво вплинути на подальший розвиток інноваційної економіки шляхом підготовки висококваліфікованих фахівців для ринку праці. Виступаючи осередком інтелектуальних ресурсів, потенціал науково-педагогічних кадрів забезпечує конкурентоздатність державного освітнього сектору і визначає місце держави на світовому ринку освітніх послуг. Важливо, що поєднання матеріальних (обладнання для навчальних аудиторій, лабораторій, канцелярське приладдя, комп'ютерна та друкарська техніка) й інтелектуальних ресурсів формує потенціал вищої освіти.

У складі економічного потенціалу вищої освіти людські ресурси формують потенціал вищого рівня ієрархії, який може бути реалізованим у випадку ефективного залучення базових інтелектуальних ресурсів. При насиченості ринку та повному використанні технології можливості для розвитку інтелектуального потенціалу належать саме інтелектуальним людським ресурсам. Серед нематеріальних складових економічного потенціалу вищої освіти визначальні можливості для формування інтелектуального потенціалу відображені в організаційних інтелектуальних ресурсах, можливості до його реалізації – у ресурсах відносин, а саме – у клієнтських ресурсах.

У сучасних умовах щорічний ріст попиту на послуги вищої освіти збільшує число вищих навчальних закладів, які надають такі послуги, і водночас загострює конкуренцію між цими установами. У таких умовах вищам необхідно шукати шляхи підвищення конкурентоспроможності, вирішувати проблеми виживання та розвитку через розвиток клієнтських відносин. Професійний і продуманий підхід до засобів просування освітніх послуг до споживача, проведення маркетингових досліджень, формування планів маркетингової та комунікаційної діяльності, ефективна організація рекламної діяльності; аналіз економічної діяльності освітньої установи – є факторами і ресурсами успішного розвитку економічного потенціалу навчального закладу.