



ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

А Досліджується поняття «конкурентоспроможність закладу загальної середньої освіти» в сучасних змінних умовах. Наголошується, що конкурентоспроможність закладу загальної середньої освіти забезпечується через надання конкурентоспроможних освітніх послуг, коли демонструється висока результативність навчання. За цих умов заклад освіти користується попитом серед споживачів освітніх послуг і постійно розвивається, завдяки взаємообумовленим процесам співпраці та конкурентної боротьби (конкордоздатності).

Ключові слова: конкурентоспроможність; конкурентоспроможність закладу загальної середньої освіти; конкурентоспроможна організація; освітній менеджмент; конкордоздатність

Актуальність проблеми. Українське суспільство на даному етапі характеризується динамічним розвитком, що пронизує всі сфери буття, зокрема й систему освіти. Сучасність вимагає підвищення доступності та якості освіти, визначаючи процеси її модернізації в бік результативнішого використання кадрових, управлінських і матеріально-технічних ресурсів закладів загальної середньої освіти (ЗЗСО). В умовах реформування освіти, неперервного оновлення інформаційного простору та постійних змін у соціумі найактуальнішою є задача сталого розвитку ЗЗСО як відкритої системи в соціальному оточенні.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Вимоги суспільства до компетенцій випускників ЗЗСО невпинно зростають, що активізує та актуалізує проблему їхньої конкурентоспроможності. На часі значне посилення реформаційних процесів у галузі освіти, що спрямовані на досягнення високих світових стандартів. Відзначимо, що значна кількість робіт присвячена проблематиці конкурентоспроможності в освіті, зокрема, у висвітленні теоретичних і методологічних питань підвищення конкурентоспроможності вищої освіти.

У Звіті Ради Європейського Союзу «Про розширення функцій освіти», що був прийнятий у листопаді 2004 року, зазначалося, що «освіта допомагає зберегти та відновити загальний культурний рівень суспільства і прищепити важливі соціальні та громадянські цінності, такі як громадянство, рівність, толерантність і повагу, й освіта є особливо важливою у час, коли всі державичлени стикаються з питанням зростання соціального та культурного різноманіття. Крім того, надання людям можливості вступити в трудове життя та продовжити його – важливе завдання освіти щодо укріплення соціальної єдності» [13].

Варто зазначити у цьому контексті, що для закладів загальної середньої освіти України актуальними є проблеми недостатньої відповідності пропонованих освітніх послуг суспільним вимогам, а також недосконалість в оцінюванні якості освіти, що тягне за собою неефективне використання затрачених фінансових і матеріальних

ресурсів на загальнодержавному рівні. Ці проблеми потребують негайного вирішення.

Останнім часом до чинного законодавства вносяться зміни, що мають сприяти підвищенню конкурентоспроможності закладів освіти. Це, у свою чергу, спонукає до пошуку шляхів розвитку управління закладом освіти, якості надання освітніх послуг, активізації фандрайзингової діяльності керівника закладу загальної середньої освіти, що сприятиме підвищенню їхньої конкурентоспроможності на ринку праці. Отже, виникає потреба у розкритті поняття конкурентоспроможності закладу загальної середньої освіти та визначенню його ключових елементів.

Зокрема, М. Л. Зайцев вважає, що однією з умов конкурентоспроможності закладів освіти є їхня здатність своєчасно реорганізовуватися у постійно змінюваних умовах. Вони повинні завжди відповідати вимогам часу та ринку освітніх послуг, і в цьому, на його думку, полягає сукупна характеристика процесу виробництва. Через цю свою характерну рису «конкуренція відображає рівень її відповідності конкретній суспільній користі» [5, с. 91]. Отже, можна розглядати конкурентні переваги організації на ринку освітніх послуг як фактор, що одночасно вказує на вирішення наявних запитів суспільства, потреби у соціумі та високу якість й інноваційність пропонованих послуг.

Дослідниця А. А. Абрамкіна розглядає конкурентоспроможність освітніх послуг як «сукупність конкурентних переваг, що дозволяють освітньої організації досягти взаємодії зі споживачами, забезпечуючи максимальне задоволення їхніх потреб і переваг, і визначаються рівнем конкурентоспроможності випускників на ринку праці» [1, с. 7]. На її думку, конкурентоспроможність освітніх послуг є результатом, яка фіксує наявність конкурентних переваг – відмінних властивостей, що роблять для споживачів освітні послуги найбажанішими. Врешті, саме здатність забезпечити існування подібних якостей, а також збереження і примноження їх, створюють сукупність переваг, що призводить до підвищення конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Схожої думки дотримується Н. І. Пащенко, який акцентує увагу на тих потенціальних можливостях, які надає конкурентоспроможність закладу освіти для суспільства. Дослідник визначає конкурентоспроможність як «наявні і потенційні здібності (можливості) з надання відповідного рівня освітніх послуг, які задовольняють потреби суспільства з підготовки висококваліфікованих фахівців, а також потреби по розробленню, створенню і реалізації науково-методичної та науково-технічної продукції як на даний час, так і в майбутньому» [10, с. 89], підкреслюючи тим самим її значущість для суспільства та визначну роль в економічному, соціальному і духовному розвитку суспільства.

Р. А. Фатхутдінов під конкурентоспроможністю освітньої організації розуміє її здатність випускати висококваліфікованих фахівців, які здатні розробляти і запроваджувати конкурентоспроможні нововведення в своїй галузі, витримувати «конкурентну боротьбу на конкретному зовнішньому і внутрішньому ринку праці» та «вести ефективну відтворювальну політику в усіх сферах своєї діяльності» [16, с. 37]. Таким чином, конкурентоспроможність освітньої організації можна розглядати у розрізі конкурентоспроможності її випускників на ринку праці, володіння своїми знаннями, вміннями і навичками, а також реалізації випускниками сформованих у процесі навчання професійних особистісних якостей.

Г. Л. Багієв пропонує розглядати конкурентоспроможність як можливість застосування маркетингового інструментарію для ефективного досягнення поставлених цілей і завдань організації, що дозволить надавати якісніші освітні послуги і «зайняти міцні позиції в боротьбі з конкурентами» [3, с. 254].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Отже, дослідники звертають увагу на змінюваність умов, що продукує сучасний соціум, а тому конкурентоспроможність розглядається в контексті відповідності вимогам часу та ринку освітніх послуг. Проте, незважаючи на високу ступінь вживаності цього поняття, проблематиці конкурентоспроможності закладу загальної середньої освіти у вітчизняній науковій думці не надавалася достатня увага. До того ж, у педагогічних науках недостатньо опрацьовано поняття «конкурентоспроможність закладу загальної середньої освіти». Водночас поняття «конкурентоспроможність освітніх послуг вищих навчальних закладів» і «конкурентоспроможність вищих навчальних закладів» в економічних науках опрацьовані більшою мірою.

Метою статті є здійснення аналізу поняття конкурентоспроможності закладу загальної середньої освіти. Завдання: розкриття поняття конкурентоспроможності закладу загальної середньої освіти в сучасних швидкоплинних умовах.

Викладення основного матеріалу. Одним із основних понять ринкової економіки є конкурентоспроможність,

яка на сьогодні активно застосовується в теорії та практиці економічного аналізу та, в перекладі з латинської мови, означає суперництво, або змагання за досягнення найкращого результату. Сама конкурентоспроможність проявляється лише в конкурентних умовах ринку.

Значимо, що категорії конкурентоспроможності і конкуренції набули свого розвитку саме у царині економічних наук, що досліджують ринкові відносини та сфери господарської діяльності підприємства, пов'язані з маркетингом та отриманням доданої вартості. У сучасному світі глобалізації все активнішого розвитку набуває економіка, що заснована на знаннях та економіка освіти. Саме тому процес управління розвитком закладу загальної середньої освіти варто розглядати у контексті загальноринкової орієнтації, економічної доцільності, ефективного управління та конкурентоспроможності.

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» визначається, що конкуренція – «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [12].

У сучасних умовах конкуренція посідає пріоритетні позиції у механізмі суспільного виробництва та ринкових відносинах, що постійно спонукає суб'єкта господарювання у процесі діяльності налаштовуватися на задоволення попиту, а через нього – на наявні потреби суспільства, високу якість, розроблення нової конкурентоспроможної продукції й послуг. Завдяки цьому, конкуренція веде до формування середньої норми прибутку на міжгалузевому рівні, що сприяє перерозподілу фінансових потоків на користь необхідніших сфер для суспільного виробництва, у тому числі у галузі освіти.

Для підтримки конкурентоспроможності національних підприємств Президентом України 12 січня 2015 року була прийнята Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», яка містить основні положення «щодо забезпечення управління та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, визначає мету та першочергові пріоритети, вектори руху, першочергові пріоритети та індикатори належних соціально-економічних умов становлення та розвитку України» [14]. Метою Стратегії є «впровадження європейських стандартів життя в Україні та вихід України на провідні позиції у світі, у тому числі в освітній галузі та в сфері розвитку дітей та юнацтва» [14].

Значимо, що між поняттями «конкуренція» і «конкурентоспроможність» існує тісний, нерозривний зв'язок, адже одне поняття витікає з іншого. Для характеристики конкурентоспроможності використовуються наступні теоретичні конструкції концепції конкуренції: порів-

няння конкурентних переваг, конкурентного статусу (І. Ансофф), фактори управління та продуктивності використання ресурсів (М. Портер), поняття порівняльних витрат (Д. Рікардо), порівняльних переваг (Є. Хекшер, Б. Олін).

У теорії економіки є багато трактувань поняття «конкурентоспроможність». На думку В. Стівенсона, конкурентоспроможність визначається тим, «наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу» [2]. Отже, ключовою ознакою конкуренції є задоволення потреб клієнта.

Дослідник Р. Фатхутдінов визначає конкурентоспроможність як «властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку» [15, с. 23]. У даному твердженні акцентується увага на такій ознаці конкурентоспроможності, як здатність витримувати конкуренцію на ринку.

У розвитку теоретичних аспектів конкуренції значна роль належить М. Портеру, представнику Гарвардської економічної школи, який у своїх працях дав визначення

методології дослідження конкуренції. Конкурентоспроможність, за М. Портером, – це «властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку» [11, с. 385]. Це означає, що в умовах ринкових відносин здатність товарів і послуг до конкурентоспроможності стає важливішою.

Для нашого дослідження також важливою є думка Ф. фон Хайєка, який вважав, що конкуренцію треба розглядати в динаміці. У роботі «Сенс конкуренції» він зазначав, що «по суті, конкуренція є процесом формування думки: шляхом поширення інформації вона створює єдність і узгодженість економічної системи, що ми й маємо на увазі, коли уявляємо її собі як єдиний ринок. Вона формує думки людей про те, що є найкраще і найдешевше, і все, що люди реально знають про шанси і сприятливі можливості, їм відомо завдяки їй. Таким чином, це процес, який включає неперервні зміни даних і сенс якого, отже, повинен залишатися повністю недоступним для теорій, які приймають ці дані як незмінні» [16, с. 27].

В освітній сфері саме динамічний аспект конкуренції є важливим, адже він пов'язаний із процесом формування думки і поширення інформації (табл. 1):

Таблиця 1.

Провідні ознаки конкуренції (складено автором)

ПП науковця	Провідна ознака конкуренції
В. Стівенсон	Задоволення потреб клієнта [2].
Р. Фатхутдінов	Здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на ринку [15].
М. Портер	Властивість товару, послуги, суб'єкта [11].

Зазначимо, що в умовах ринкових відносин, висока конкурентоздатність суб'єктів освітнього процесу слугує запорукою їхнього сталого розвитку. Кожен із них прагне досягти певного рівня, що відкриває низку можливостей для самореалізації у конкурентному середовищі.

Споживач освітніх послуг (учень) має бажання отримати певний рівень знань, який буде адекватним для подальшого вступу до закладів вищої освіти, а ті, у свою чергу, відповідатимуть вимогам сучасного ринку праці. Заклади освіти прагнуть запропонувати освітні послуги такого змістовного рівня наповнення, який би був затребуваним ринком праці та, також, зорієнтованим на споживача. Завданням держави, у свою чергу, є створення таких умов в освітній сфері, а також на ринку освітніх послуг і праці, які б забезпечували неперервне зростання в економічній системі частиною висококваліфікованих фахівців та, зокрема, загального підвищення якості людського капіталу за рахунок розвитку інноваційного складника частини валового продукту.

На рівні формування національного інтелектуального потенціалу суб'єкти ринку освітніх послуг знаходяться у стані конкуренції як за наявні інтелектуальні ресурси, так і за фінансові, а саме – бюджетні кошти, що розподіляються у залежності від загальної наповнюваності закладів освіти та ефективності роботи.

Показником ефективності суб'єкта освітніх послуг слугує відповідність або невідповідність сучасним умовам ринку, що підтверджує його конкурентоспроможність у взаємозв'язку з іншими гравцями на ринку. Проведений вище розгляд поняття «конкурентоспроможність» дозволяє визначити його як наявну сукупність переваг, використання яких дасть можливість підприємству зайняти вигідну позицію на ринку. Однак, у контексті освітніх послуг поняття конкурентоспроможності потребує всебічного аналізу з метою уточнення змісту з урахуванням галузевої специфіки освіти.

Вважаємо, що проблема управління конкурентоспроможністю ЗЗСО знаходиться на перетині педа-

гогічних, економічних та управлінських наук, отже, потрібно опрацювати значну кількість теоретичного матеріалу з указаних і суміжних галузей знань. Потрібно зважати також на антропологічні й психологічні чинники навчання, а також загальні умови когнітивної діяльності. До того ж, статус освіти є соціальним у суспільстві, а тому в дослідженні враховуємо соціальні чинники освіти, в ролі яких виступає, передусім, діяльність людей, яка визначає напрям і характер суспільного розвитку, а також різноманітні матеріальні і духовні утворення у формі освітніх соціальних інститутів, потреб людей в освіті, їхніх інтересів і ціннісних орієнтирів.

На нашу думку, доречно надати інтегральне поняття конкурентоспроможності закладу загальної середньої освіти для найкоректнішого розкриття поняття «конкурентоспроможність закладу загальної середньої освіти» на підставі дослідження існуючих визначень конкурентоспроможності підприємств в економічних науках і поєднання їх із результатами дослідження конкурентоспроможності освітніх послуг закладів вищої освіти та інших освітніх установ, а також психологічних і соціальних чинників.

У словнику з маркетингу, конкурентоспроможність закладу освіти визначається як «здатність навчального закладу конкурувати на ринку освітніх послуг шляхом забезпечення вищої якості, доступності (безоплатності) освіти» [9, с. 352]. Однак це визначення розкриває досліджуване поняття у недостатній мірі.

Автори роботи «Конкурентоспроможність ВНЗ як об'єкт управління» обґрунтовано пропонують розглядати конкурентоспроможність навчального закладу освіти як його комплексну характеристику в конкретно-ринкових умовах і за певний проміжок часу. Це відображається у низці переваг над конкурентами за такими визначальними показниками, як маркетингові, фінансово-економічні, кадрові, матеріально-технічні, соціально-політичні, що характеризують здатність закладу освіти до безкризового функціонування і своєчасної адаптації до мінливості зовнішнього середовища [10, с. 71].

Погоджуємося з думкою М. Д. Димитрієва, який визначає конкурентоспроможність освітньої установи ВПО як «здатність ВНЗ пристосовуватися до мінливих умов конкуренції в певному сегменті ринку за допомогою підвищення економічної ефективності своєї діяльності (внутрішня економічна конкурентоспроможність) і високим ступенем задоволення попиту споживачів на випускників й окремі послуги ВНЗ (освітні, наукові), які за своїми якісним і вартісним характеристикам привабливіші, ніж освітні продукти конкурентів (зовнішня соціальна конкурентоспроможність)» [4, с. 27]. Якщо поєднати це визначення з думкою Л. А. Корчагової, яка розглядає конкурентоспроможність освіт-

ньої організації як можливість домінувати серед інших освітніх організацій через кращі соціально-економічні показники, такі як «якість навчання, ціна, форми і методи навчання, умови, місце розташування, престиж, реклама тощо» [7, с. 48], то можна зробити висновок, що внутрішня економічна конкурентоспроможність закладу освіти, що визначається високою якістю навчання, застосуванням сучасних форм і методів навчання, привабливою ціною, зручними його умовами тощо, сприяє підвищенню зовнішньої соціальної конкурентоспроможності, зумовлюючи те, що серед інших освітніх організацій на ринку освітніх послуг заклад буде посідати кращі місця через високі соціально-економічні показники.

Конкурентоспроможність закладу освіти визначається своїм багатофункціональним характером і розгорнутим спектром діяльності, що окреслює не тільки суто економічні, змагальні аспекти конкуренції, але й різноманітні форми співпраці щодо розроблення стратегії закладу, вирішення спільних проблем і завдань з іншими закладами освіти, державними органами і підприємствами, роботодавцями тощо. У цьому полягає різниця конкурентоспроможності ЗЗСО від тих ринкових відносин, що визначають конкурентоспроможність звичайного бізнес-підприємства.

У світлі сказаного важливими для подальшого формування концептуальних поглядів на розвиток конкурентоспроможності закладу загальної середньої освіти є визначені Г. Б. Клейнером особливості взаємодії суб'єктів освітнього процесу, що засновані на поєднанні співробітництва та суперництва між агентами на ринку знань. На думку вченого, в сучасній, знаннєвій економіці важливою стає здатність до співпраці, тобто «конкордодатність», – як здатність до співробітництва та формування міжсуб'єктної комунікації, тоді як в економіці виробництва матеріальних благ була важлива конкурентоспроможність між виробниками продукції.

Постіндустріальна епоха генерує замість корпоративної боротьби і класичних конкурентних відносин такі явища як «конкуренція» і «кон-кооперація», які є поєднанням конкуренції і кооперації, тобто – співпраці і суперництва. На цей принципово новий момент у системі економічних і соціальних відносин і звернув увагу Г. Б. Клейнер. Він зазначав, що конкуренція – лише одна сторона медалі, вона «важлива, але не всеосяжна. Без кооперації, так само як і без конкуренції, неможливе існування сучасної економіки взагалі й економіки знань тим більше» [6, с. 32].

При формуванні рівня конкурентоспроможності ЗЗСО потрібно приділяти увагу як внутрішнім чинникам, що формують конкурентні переваги, так і зовнішнім. До них можна віднести наявний конкурентний потенціал у вигляді забезпечення належного рівня ключових компетенцій учнів, підвищення конкурентоспроможності

освітніх послуг, психологічну та соціальну підтримку учнів, формування позитивного іміджу закладу, з наявними висококваліфікованими кадрами і високоякісними освітніми послугами.

Результати досліджень. Таким чином, проаналізувавши різноманітні джерела, маємо можливість запропонувати ключові характеристики поняття конкурентоспроможності закладів освіти (табл. 2):

Таблиця 2.

Інтегральні характеристики конкурентоспроможності закладу освіти (складено автором)

ПІП науковця	Інтегральні характеристики конкурентоспроможності
М. Зайцев	Здатність своєчасно реорганізуватися у постійно змінюваних умовах [5].
О. Абрамкіна	Наявність конкурентних переваг [1].
Н. Пащенко	Потенційні здібності з надання відповідного рівня освітніх послуг [10].
Р. Фатхутдінов	Конкурентоспроможність закладу освіти у розрізі конкурентоспроможності випускників на ринку праці [16].
Г. Багієв	Ефективне застосування маркетингового інструментарію для досягнення освітніх цілей і завдань організації [3].
М. Димитриєв	Пристосування до мінливих умов конкуренції в певному сегменті ринку [4].
Л. Корчагова	Домінування серед інших освітніх організацій на підставі кращих соціально-економічних показників [7].
Г. Клейнер	Поєднання співробітництва та суперництва (конкордоздатність) [6].

Таким чином, при формуванні рівня конкурентоспроможності закладам загальної середньої освіти важливо приділяти увагу як внутрішнім чинникам, які формують конкурентні переваги, так і зовнішнім. До конкурентних переваг можна віднести забезпечення належного рівня ключових компетенцій учнів, психологічну та соціальну підтримку учнів, підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг, формування позитивного іміджу закладу.

Висновки з даного дослідження. Проаналізувавши теоретичні аспекти понять вищезазначених понять, визначаємо конкурентоспроможність закладу загальної середньої освіти як стан, при якому забезпечується надання конкурентоспроможних освітніх послуг, демонструється висока результативність навчання, а сам заклад освіти користується попитом серед споживачів освітніх послуг і постійно розвивається завдяки взаємообумовленим і взаємопов'язаним процесам всебічної співпраці й конкурентної боротьби (конкордоздатності) між ним та іншими закладами освіти з метою досягнення максимально вигідних позицій на ринку освітніх послуг за рахунок низки нецінових методів, спрямованих на: поліпшення споживчих характеристик і підвищення споживчої цінності освітніх послуг; орієнтацію на незадоволений попит і наявні перспективи розвитку; розробку та освоєння нових освітніх послуг і програм, педагогічних технологій, нововведень в організацію навчання тощо.

Перспективи подальших розвідок. Вважаємо, що досить перспективним є дослідження конкурентоспроможності закладу загальної середньої освіти у контексті

забезпечення конкордоздатності, адже освітні організації мають свої особливості конкурентоспроможності, а також формування стратегії розвитку закладу на засадах конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

- Абрамкіна А. А. Оценка конкурентоспособности образовательных услуг вузов : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Омск, 2011. 23 с.
- Адлер Ю. П., Аронов И. З., Шпер В. Л. Что век грядущий нам готовит? Менеджмент XXI века – краткий обзор основных тенденций. *Стандарты и качество*. 1999. № 3. URL : <http://www.management.com.ua/qm/qm046.html>. Назва з екрану.
- Багієв Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг : учебник для вузов. 3-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 736 с.
- Димитриєв М. В. Формирование конкурентоспособности образовательного учреждения высшего профессионального образования в рыночных условиях : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Сочи. 2009. 29 с.
- Зайцев Н. Л. Экономика промышленного предприятия. 6-е изд., перераб. и доп. Москва : Инфра, 2008. 414 с.
- Клейнер Г. Микроэкономика знаний и мифы современной теории. *Высшее образование в России*. 2006. № 9. С. 32–37.
- Корчагова Л. А. Оценка конкурентоспособности вуза. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2007. № 5. С. 48–54.
- Лазарев В. А., Мохначёв С. А. Конкурентоспособность вуза как объект управления. Екатеринбург : Пригородные вести, 2003. 160 с.
- Маркетинг : словарь / под ред. Г. Л. Азоева. Москва : Экономика, 2000. 362 с.
- Пащенко Н. И. Конкурентоспособность вузов и стратегии их деятельности в условиях региональной конкуренции : дисс. ... канд. экон. наук. Уфа, 1999. 191 с.
- Портер М. Конкуренция. Москва : Вильямс, 2001. 495 с.
- Про захист економічної конкуренції; Закон України від 11 січня 2001 року № 2210-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. С. 64. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>. Назва з екрану.
- Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року. URL : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_975. Назва з екрану.

14. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>. Назва з екрану.
15. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Москва : ИНФРА-М, 2000. 311 с.
16. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью вуза. *Высшее образование в России*. 2006. № 9. С. 37–38.
17. Хайек Фридрих фон. Смысл конкуренции. Современная конкуренция : Вопросы теории. 2009. № 3 (15). С. 18–27.



References

1. Abramkina, A. A. (2011). *Otsenka konkurentosposobnosti obrazovatelnykh uslug vuzov* (Extended abstract of PhD diss.). Omsk [in Russian].
2. Adler, Iu. P., Aronov, I. Z., Shper, V. L. (1999). Chto vek griadushchii nam gotovit? Menedzhment KhKhI veka – kratkii obzor osnovnykh tendentsii. *Standarty i kachestvo*, 3. Retrieved from <http://www.management.com.ua/qm/qm046.html> [in Russian].
3. Bagiev, G. L., Tarasevich, V. M., & Ann, Kh. (2006). *Marketing: uchebnik dlia vuzov*. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].
4. Dimitriev, M. V. (2009). *Formirovanie konkurentosposobnosti obrazovatel'nogo uchrezhdeniia vysshego professional'nogo obrazovaniia v rynochnykh usloviakh* (Extended abstract of PhD diss.). Sochi [in Russian].
5. Zaitcev, N. L. (2008). *Ekonomika promyshlennogo predpriiatiia*. Moskva: Infra [in Russian].
6. Kleiner, G. (2006). Mikroekonomika znaniia i mify sovremennoi teorii. *Vysshee obrazovanie v Rossii*, 9, 32-37 [in Russian].
7. Korchagova, L. A. (2007). Otsenka konkurentosposobnosti vuzov. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, 5, 48-54 [in Russian].
8. Lazarev, V. A., & Mokhnachev, S. A. (2003). *Konkurentosposobnost vuzov kak obekt upravleniia*. Ekaterinburg: Prigorodnye vesti [in Russian].
9. Azoiev, G. L. (Ed.). (2000). *Marketing: slovar*. Moskva: Ekonomika [in Russian].
10. Pashchenko, N. I. (1999). *Konkurentosposobnost vuzov i strategii ikh deiatel'nosti v usloviakh regionalnoi konkurentcii* (PhD diss.). Ufa [in Russian].
11. Porter, M. (2001). *Konkurentciia*. Moskva: Viliams [in Russian].
12. Pro zakhyst ekonomichnoi konkurentcii. (2001) Zakon Ukrainy vid 11 sichnia 2001 roku № 2210-III. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 64. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> [in Ukrainian].
13. *Rekomendatsiia 2006/962/leS Yevropeiskoho Parlamentu ta Rady (leS) «Pro osnovni kompetentsii dlia navchannia protiahom usoho zhyttia» vid 18 hrudnia 2006 roku*. Retrieved from http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_975 [in Ukrainian].
14. *Stratehiia staloho rozvytku «Ukraina – 2020»*. Retrieved from <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10> [in Ukrainian].
15. Fatkhutdinov, R. A. (2000). *Konkurentosposobnost: ekonomika, stratehiia, upravlenie*. Moskva: INFRA-M [in Russian].
16. Fatkhutdinov, R. A. (2006). Upravlenie konkurentosposobnosti vuzov. *Vysshee obrazovanie v Rossii*, 9, 37-38 [in Russian].
17. Khaiek, Fridrikh fon. (2009). Smysl konkurentcii. *Sovremennaia konkurentciia: Voprosy teorii*, 3 (15), 18-27 [in Russian].

Дата надходження до редакції
авторського оригіналу: 11.10.2019

Литкевич Алла. Понятие конкурентоспособности заведения общего среднего образования.

А Исследуется понятие «конкурентоспособность заведения общего среднего образования» в современных меняющихся условиях. Отмечается, что конкурентоспособность заведения общего среднего образования обеспечивается путём предоставления конкурентоспособных образовательных услуг, когда демонстрируется высокая результативность обучения. В этих условиях заведения образования пользуются спросом среди потребителей образовательных услуг и постоянно развивается, благодаря взаимобусловленным процессам сотрудничества и конкурентной борьбы (конкордоспособности).

Ключевые слова: конкурентоспособность; конкурентоспособность заведения общего среднего образования; конкурентоспособная организация; образовательный менеджмент; конкордоспособность

Lytkevych Alla. The Concept of Competitiveness of General Secondary Education Institution.

S The concept of «competitiveness of the general secondary education institution» in modern changing conditions is studied. It is noted that the competitiveness of institutions of general secondary education is ensured by competitive educational services for achievement high educational performance. In these conditions, an educational institution is in demand among consumers of educational services and is in constant development, thanks to interdependent processes of cooperation and competition those lead to institution competitiveness.

Key words: competitiveness; competitiveness of the general secondary education institution; competitive institution, educational management; concordability

Літкевич Алла Миколаївна, директор Бучанського навчально-виховного комплексу «Спеціалізована загальноосвітня школа I-III ступенів – загальноосвітня школа I-III ступенів» №4 Бучанської міської ради Київської області, аспірантка кафедри менеджменту освіти та права ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» НАПН України

E-mail: alischalitik@ukr.net