

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ УНІВЕРСИТЕТУ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ЙОГО АКАДЕМІЧНОЮ РЕПУТАЦІЄЮ

Львівський національний університет імені Івана Франка

Анотація. У результаті проведеного дослідження виявлено взаємозв'язок академічної репутації та фінансового потенціалу закладів вищої освіти (ЗВО), зокрема, університетів, в умовах конкурентного середовища та євроінтеграційних трансформацій освіти й науки. Це дві різні, але вкрай важливі складові ефективного функціонування університетів та є невід'ємними в процесі управління ними й забезпеченні соціально-економічного розвитку суспільства.

Ключові слова: університет; науковий потенціал; цитованість; рейтингування; академічна репутація; фінансовий потенціал.

FINANCIAL POTENTIAL OF THE UNIVERSITY IN THE CONTEXT OF MANAGING ITS ACADEMIC REPUTATION

Abstract. The study revealed the relationship between academic reputation and financial potential of higher education institutions (HEIs), in particular, universities, in a competitive environment and European integration of education and science. These two different, but extremely important components of the effective functioning of universities and are integral to the process of managing them and ensuring the socio-economic development of society.

Keywords: university; scientific potential; citations; rating; academic reputation; financial potential.

Соціально-економічна ситуація в Україні, світові тенденції та виклики сьогодення спонукають вітчизняні університети бути конкурентоспроможними серед інших, а отже зберігати та підвищувати свою академічну репутацію й власний фінансовий потенціал. На наш погляд, ці дві, кардинально різні за своїм значенням, складові функціонування є взаємозв'язаними та невід'ємними в управлінні кожного ЗВО. Ґрунтовно оцінюючи джерела формування їхнього фінансового потенціалу, зокрема, державний, місцевий бюджет, надходження від надання платних освітніх послуг, конкурсне грантове фінансування, вагомий вплив на практиці має репутація ЗВО.

Як тлумачить сутність поняття “репутації” академічний тлумачний словник це громадська думка про кого-небудь, що-небудь [1]. Широке визначення репутації дає вчений Т. Федорів – це колективна оцінка стейкхолдерами поведінки, дій і результатів діяльності суб'єкта, рівень очікувань та довіри до нього, яка формується впродовж певного часу і спирається на досвід взаємин стейкхолдерів із суб'єктом [2].

Голландський професор політики вищої освіти Frans van Vught говорить про репутацію ЗВО як імідж (якість, вплив, надійність), який він має в очах інших. Стверджує, що репутація – це суб'єктивне відображення різних дій установи взяти на себе створення зовнішнього образу. Заклади вищої освіти намагаються впливати на свої зовнішні образи різними способами, і не тільки шляхом максимізації їхньої якості [3].

Провівши оцінку академічної репутації, шляхом опитування керівників окремих ЗВО США доцентка кафедри реклами в Університеті Небраски-Лінкольна Phyllis V. Larsen визначила її як загальне враження про досконалість чи якість, створене низкою факторів – якість факультетів (рівень викладачів, публікаційна активність), місце в достовірних рейтингах, ресурси (федеральне та державне фінансування, гранти, витрати на дослідження та розробки, приватна підтримка), дослідницька сила (продуктивність досліджень, якість аспірантури), якість студента (бали вступу, ступінь випуску), сила лідерства (видимість керівника з важливих національних питань), історична репутація (традиція, з уст в уста) та якість програми (гало-ефект від індивідуальних сильних сторін програм), а також особистий досвід і міжособистісне спілкування відіграють значні ролі [4]. Окрім того, важливим у збереженні (зміцненні) іміджу ЗВО є прогнозування успішності студентів, яке, на наш погляд, відкриває багато

можливостей із забезпечення якості вищої освіти, результатів стратегічного планування та використання сучасних систем прийняття управлінських рішень.

Наукові дослідження SWOT-аналізу ЗВО дали змогу визначити їхні сильні сторони, а саме: провідне місце у рейтингах; впізнаваність – бренд, історія, символіка, місія і ціль; наявність наукових шкіл; високоякісний кадровий потенціал; відомі, успішні, працевлаштовані випускники [5], що й формують академічну репутацію закладу. Вважаємо, що рівень академічної репутації є показником лідерських позицій університету і чим він вищий, тим більше можливостей його розвитку. Академічна репутація кожного науковця й закладу в цілому забезпечує їхню престижність на ринку освітньо-наукових послуг. Університет з високою академічною репутацією завжди буде привабливим як для абітурієнта, студента, викладача, науковця, світового академічного середовища, так і для інвестора, грантодавця, доброчинця.

Вивчаючи міжнародні рейтинги, за допомогою яких аналізують світові університети, спостерігаємо, що індикатор “академічна репутація” є одним з ключових. Наприклад, в одному з найбільш актуальних університетських рейтингів у світі QS World University Rankings, який глобально досліджує кращі навчальні заклади в галузях науки та освіти, 40 % усіх показників складає, власне, академічна репутація, а ще 20 % – цитованість наукових публікацій представників університету. Ще один популярний міжнародний рейтинг Times Higher Education World University Rankings в якості індикаторів, зокрема, використовує академічну репутацію (15%), середню кількість цитувань на одну опубліковану працю (32,5%). Центром університетів світового класу Вищої школи освіти Шанхайського університету Цзяо Тук в Китаї публікується Academic Ranking of World Universities, який використовує шість об’єктивних показників для ранжирування світових університетів, три з яких, на нашу думку, показують академічну репутацію – кількість випускників, лауреатів Нобелівської або Філдсівської премій (10%), кількість співробітників, лауреатів Нобелівської або Філдсівської премій (20%), кількість найбільш цитованих дослідників у 21 категорії (20%).

На етапі сучасних перетворень в Україні з 2020 року постановою Кабінету Міністрів України запроваджена формула розподілу видатків державного бюджету на вищу освіту між ЗВО, що дає змогу кращим отримувати відповідне фінансування на розвиток їхньої діяльності. Основними показниками діяльності закладу, що використовуються під час розрахунку є: кількість здобувачів вищої освіти, які навчаються на умовах державного замовлення й характеризують масштаб його діяльності; обсяг надходжень до спеціального фонду за результатами наукових та науково-технічних робіт за проектами міжнародного співробітництва, господарськими договорами та за результатами надання наукових послуг на одного науково-педагогічного працівника, що працює за основним місцем праці; провідне місце в окремих міжнародних рейтингах; працевлаштування випускників ЗВО, коли вони отримують посаду, яка вимагає кваліфікації вищої освіти; показник регіональної підтримки. Як бачимо, кожен показник діяльності ЗВО взаємозв’язаний з його академічною репутацією. “Якщо університет насправді потужний, сильний, має високу репутацію та фахівців, може знайти фінансування і від бізнесу, і за міжнародні гранти, які йдуть на дослідження – значить, це неодмінний сигнал для держави, що цьому університету потрібно надавати більше грошей, адже він заслуговує на це” – зазначає Єгор Стадний [6].

Аналізуючи дані вступних кампаній впродовж останніх років, найпопулярнішими серед вступників є Київський національний університет імені Тараса Шевченка (КНУ), Львівський національний університет імені Івана Франка (ЛНУ) та ін. Беззаперечно можемо стверджувати, такі лідерські позиції забезпечуються високою академічною репутацією цих закладів. Зокрема, підтверджують це національні рейтинги ТОП-200 Україна й Консолідований рейтинг ЗВО, де саме ці університети знаходяться у трійці кращих класичних університетів країни.

Водночас, диверсифікація джерел фінансування вітчизняними університетами є одним із засобів збільшення їхніх надходжень та підґрунтям формування стратегії розвитку. Участь в освітніх та наукових конкурсах, проектах, грантах є саме цими додатковими можливостями. Проте, щоб отримати перемогу, а в подальшому фінансування освітньо-наукової ідеї знову ж таки важливим чинником є академічна репутація у вигляді довіри до закладу, його спроможності у реалізації проекту та співфінансуванні, високої кваліфікованості науковців-виконавців.

Використовуючи фінансову звітність на офіційних вебсайтах університетів та дані рейтингів ЗВО України за показниками наукометричної бази даних Scopus за 2018, 2019 роки, проаналізуємо п’ятірку перших університетів (КНУ, ЛНУ, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова (ОНУ), Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (ХНУ), Чернівецький національний

університет імені Юрія Федьковича (ЧНУ)) в частині взаємозв'язку їхнього фінансового потенціалу та академічної репутації. Визначальними індикаторами цього рейтингу є кількість публікацій, цитувань у Scopus, а також індекс Гірша, який, власне, є показником впливовості закладу. Як бачимо на рис. 1, динаміка змін сукупних надходжень університетів та їхнього індексу Гірша (h-індексу) є подібною, а отже розуміємо, що існує певний взаємовплив цих показників діяльності та виявлення асоціації.

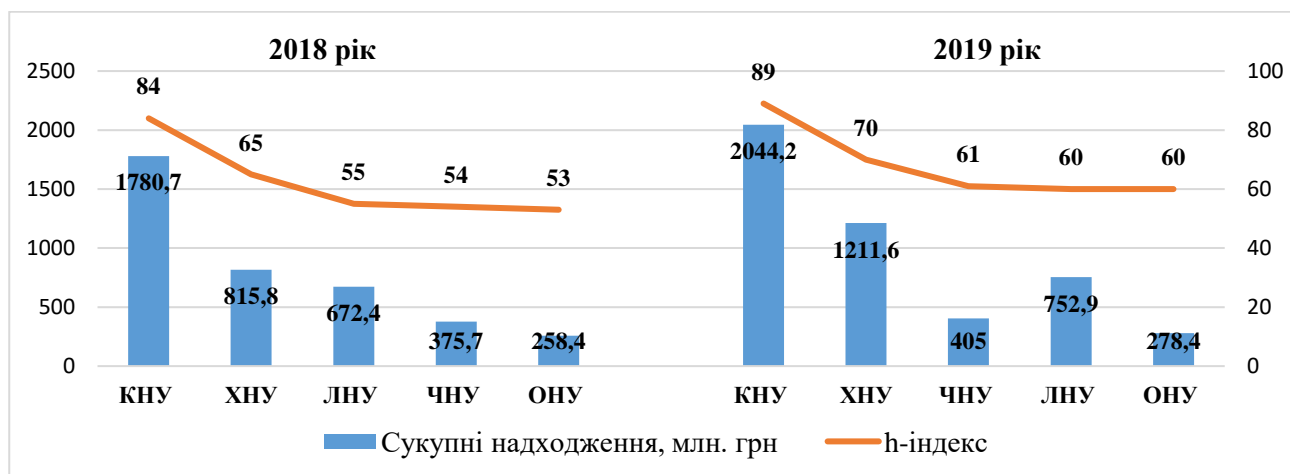


Рис. 1 Взаємозв'язок фінансового потенціалу та академічної репутації університетів

Результати проведеного дослідження підтвердили тісний взаємозв'язок між академічною репутацією університету та його фінансовим потенціалом. Так, зайняття провідних позицій у рейтингах, що супроводжується наявністю високоякісного наукового потенціалу, успішних випускників, призводить до його популярності та затребуваності серед абітурієнтів. Наявність тенденції до збільшення кількості здобувачів вищої освіти, зацікавленість стейкхолдерів, грантодавців це і є можливість отримання бюджетного фінансування, надходжень від надання платних освітніх та інших послуг, а отже приросту фінансового потенціалу університету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. К.: Наукова думка, 1970–1980. Т. 8. С. 512.
2. Федорів Т. В. “Репутація країни” та “державний брендинг” як категорії науки державного управління // Вісник Дніпропетровського регіонального інституту державного управління. 2011. № 2 (9). С. 63–75.
3. Frans van Vught Mission diversity and reputation in higher education // Higher Education Policy. 2008. Vol. 21. 151–174 pp.
4. Phyllis V. Larsen Academic Reputation: How U.S. News & World Report Survey Respondents Form Perceptions // The CASE International Journal of Educational Advancement. 2003. Vol. 4 No. 2. 155–165 pp.
5. Сас С. П. Застосування SWOT-аналізу закладами вищої освіти у процесі стратегічного планування // Всеукраїнська наукова конференція молодих учених і науково-педагогічних працівників, 16 червня 2020 Умань: Уманський НУС, 2020. С. 72–74.
6. Єгор Стадний: “Гроші сильним, мотивація слабким. Що змінить реформа фінансування університетів в Україні”. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/reforma-finansuvannya-universitetiv-shcho-var-to-pro-neji-znati-novini-ukrajini-50067916.html> (дата звернення: 17.01.2020).

Крупка Михайло Іванович, доктор економічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту, Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів

Сас Світлана Петрівна, аспірантка кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту, Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, email: svitlana.sas@lnu.edu.ua

Крупка Мухайло І. – doctor of economics, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Head of the Department of finance, money circulation and credit, Ivan Franko National University of Lviv

Sas Svitlana P. – PhD student of the Department of finance, money circulation and credit, Ivan Franko National University of Lviv