

Особливості менеджменту вищої освіти в сучасних умовах

В статті досліджуються особливості розвитку менеджменту вищої освіти в умовах посилення інституціональної диференціації системи вищих навчальних закладів. Аргументована важливість врахування змісту суперечливих тенденцій ресурсного розвитку сучасних університетів та їх типологічної специфіки.

Ключові слова: вища освіта, інститути вищої освіти, університет, університетський менеджмент.

Зміна характеру ринку праці має наслідком перехід до освітніх стандартів нового типу. Вища освіта з елітарної стає масовою. У розвинених країнах "економіка міста" вимагає масового робітника, що працює у сфері послуг (і в Україні сфера послуг вже перевищує 60% ринку праці), а отже має справу не тільки з машинами та механізмами скільки із людьми (із клієнтами). Важливим є вміння спілкуватися із клієнтом, гнучко реагувати на поточні зміни ситуації. Саме від цього залежать прибутки багатьох підприємств, а отже саме такі вимоги висувають роботодавці до найманих працівників. Крім того з'явився та активно розвивається досить специфічний сектор інноваційних фірм та підприємств, організованих інтелектуальними підприємцями, які в свою чергу часто шукають працівників не тільки із високою освітою, але й таких, що мають певний культурний рівень та навіть поділяють певні системи цінностей. Саме такого типу потенційних працівників мають готувати сучасні університети а отже все це розкриває перспективи розширення діяльності сучасних класичних університетів і може розглядатися як фактор позитивного впливу на їх розвиток. Мета даної статті полягає в з'ясуванні особливостей розвитку менеджменту вищої освіти в умовах посилення інституціональної диференціації системи вищих навчальних закладів

Насамперед зазначимо, що вища освіта з елітарним за своєю суттю процесом "передавання знань та вмінь від вчителя до учня"; вона все більше перетворюється на певний, хоча і досить специфічний, сектор сфери послуг ("вища освіта як різновид послуг"). І система вищої освіти адекватно реагує на зазначений вище запит ринку збільшенням обсягу освітніх послуг. В Україні зараз функціонує близько 900 вищих навчальних закладів I- IV рівнів акредитації, більше ніж 1000 досить самостійно працюючих філій ВНЗ. Серед них близько 350 ВНЗ, що мають III-IV рівень акредитації (готують бакалаврів та магістрів), серед

яких майже 250 ВНЗ державної форми власності. Отже, держава фінансує більшу частину сектору вищої освіти. Кількість місць для вступників на перший курс бакалаврських програм майже зрівнялася із кількістю випускників середньої школи [1, с.15-21]. Отримання вищої освіти (у ВНЗ державної або є приватної форми власності) не є проблемою. Такий рух до "повного охоплення молодого покоління вищою освітою" є характерним не тільки для України, така ситуація вже стала типовою для більшості розвинених країн. Але якщо в Україні всі ВНЗ принаймні формально видають однакові дипломи, то в багатьох розвинених країнах важливим є не просто отримання вищої освіти, але отримання освіти у престижному (що має високий та визнаний рейтинг) університеті і після закінчення навчання знайти цікаву, високооплачувану та престижну роботу за обраним фахом. Саме престиж університету, а отже і "якість диплома", часто має вирішальний вплив при вирішенні роботодавцем кому віддати перевагу при наймі на роботу. Престиж університету, його рейтинг встановлюється не державою, не наданням університету почесних звань або нагородженням його орденами, а регулярними оціночними дослідженнями, що проводяться незалежними агенціями за прозорими та визнаними методиками [див.: 2,3,4].

Збільшення кількості ВНЗ, університетів в Україні має позитивним наслідком втягування у сферу вищої освіти більшої кількості інвестицій, більшої кількості людей (зростання галузі, зростання сектору економіки, зростання сектору послуг). Залучаються і кошти держбюджету (зростає кількість студентів, що навчаються за кошти державного бюджету), і кошти бізнесу, і кошти приватних осіб (ВНЗ недержавної форми власності, студенти що навчаються "за контрактом" у ВНЗ державної форми власності). Але в той же час така "масофікація" вищої університетської освіти має також проблемні чи навіть негативні риси. "Тиск", що його створює на університети така кількість абітурієнтів та студентів, породжує ряд специфічних проблем. Врахування балансу позитивних та негативних наслідків відповідних процесів потребує певних управлінських впливів на інституційному рівні і є важливим елементом управління вищою освітою.

За деякими експертними оцінками лише біля однієї третини випускників ВНЗ (тих, що отримали рівень "спеціаліст" або "магістр") дійсно працюють після закінчення за отриманим фахом (потрібно провести узагальнююче професійне масштабне вибіркове дослідження і потім вести моніторинг цього показника). З одного боку, це можна інтерпретувати як неефективність роботи ВНЗ (неефективні витрати державних коштів). Але в той же час у розвинутих країнах лише приблизно третина бакалаврів продовжує навчання в магістратурі. Інші бакалаври знаходять собі роботу без необхідності закінчувати магістерські програми. Тому з іншого боку можна розглядати таку ситуацію із працевлаштуванням випускників як віддзеркалення ситуації неготовності українського ринку праці до "сприйняття" дипломованих бакалаврів. Звичайно, за умови навчання за схемою "4+2" (чотири роки бакалаврська програма, два роки магістерська програма) більшість справді фахових знань студенти отримують саме на магістерських

програмах. Бакалаврська програма в значній мірі орієнтована на не фахову (професійну), а на загальну вищу освіту. Але досвід інших країн свідчить про те, що сучасний ринок праці добре сприймає притаманний бакалаврам набір компетенцій, що включає загальну культуру, вміння та здатність до ефективних комунікацій, здатність до швидкої адаптації тощо. Орієнтація значної кількості бакалаврів на подальше працевлаштування, а не на магістерські програми, з одного боку економить час та ресурси випускників, а з іншого дає можливість університетам приділити більше уваги, ресурсів та зусиль магістерським програмам і тим самим підвищити якість підготовки магістрів.

Оскільки вища освіта не є обов'язковою, на відміну від середньої, навіть у не дуже сильних ВНЗ контингент студентів є більш сильним та більш мотивованим до навчання ніж у середній школі. Це створює у ВНЗ ефект впливу "оточуючого середовища" (ефект "впливу навчальної групи"), який для соціалізації молодшої людини може бути не менш важливим, ніж зміст навчального процесу. За умови, коли всі ВНЗ дають формально дипломи однакової якості (однакові дипломи державного зразка) це може провокувати для ВНЗ бажання спростити навчальний процес для бакалаврів, сформувавши для них занижені вимоги. Для певної частини студентів це може виглядати навіть привабливо, але таким чином ці студенти закривають для себе, або принаймні ускладнюють, подальший доступ для справді професійної освіти у магістерських програмах. Оскільки держава надає право ВНЗ видавати дипломи державного зразка і гарантує формально однакову "вагомість" всіх цих дипломів на ринку праці, саме держава має встановлювати мінімальні обсяги знань та компетенцій (державні стандарти), нижче яких ВНЗ не має можливості опускатися, і відповідно має їх контролювати.

Перетворення університетів з елітних на масові освітні організації вимагає іншого підходу до управління ресурсами, і в першу чергу фінансовими. Університети мають в першу чергу нарощувати кількість студентів і вишукувати можливість ефективної (в першу чергу з точки зору фінансової) роботи із великими масами студентів. Відносини між викладачами та студентами, за таких умов, стають більш формалізованими чи навіть більш формальними. Цінуються викладачі, що вміють працювати з великими потоками студентів, які свої зусилля спрямовують не стільки на безпосереднє спілкування із студентами ("зворотній зв'язок" викладання як процесу), скільки на удосконалення методик та техніки презентацій а також масового контролю. Такий викладач, який стає схожим на шкільного вчителя, є ефективним принаймні на бакалаврських курсах. Дійсно інноваційні знання, що базуються на власних наукових дослідженнях викладачів, можуть бути представлені вже тільки на магістерських курсах, де робота із студентами має бути більш індивідуалізованою. Звичайно, це є можливим тоді, коли обсяги магістерських програм є значно меншими (за кількістю студентів), у порівнянні із програмами бакалаврськими. В цілому ж це має наслідком те, що навчання значної кількості студентів (передусім бакалаврів) є відірваним від досліджень та нового інноваційного знання, а отже студенти не готуються як майбутні

інноватори, їх підготовка стає все більш схожою на навчання у школі за більш ускладненою (у порівнянні із середньою школою) програмою. Для університетів, як суб'єктів сектора освітніх послуг у економіці, важливою стає не академічна та наукова ефективність, а ефективність фінансова (економічна). З'являються так звані дистанційні (або "відкриті") університети, які пропонують спрощені навчальні модулі, що їх можна вивчати дистанційно (сучасні інформаційні технології дають таку можливість), практично не звертаючись безпосередньо (без особистого контакту) до викладача. Якщо такий підхід є виправданим у секторі отримання другої освіти, отримання певних фахових знань у вузькій сфері (засвоєння нової комп'ютерної технології, наприклад), то для підготовки елітних кадрів вищої кваліфікації він є неприйнятним.

За таких обставин, коли університети та університетське навчання є відірваними від передових наукових досліджень у відповідній галузі, у бізнесових колах зникає мотивація фінансування університетів. Не мають мотивації фінансувати дослідницьку діяльність в університетах і батьки студентів, що фінансують навчання "за контрактом", оскільки вони дійсно в першу чергу очікують отримання освітніх послуг та диплома державного зразка. Отже принаймні два з основних агентів фінансування вищої освіти, бізнес та населення, не зацікавлені у фінансуванні інноваційної та дослідницької діяльності в університетах. Лише кілька з найкращих університетів можуть отримувати додаткові (по відношенню до економічно необхідних для навчального процесу) кошти із цих джерел, спираючись в першу чергу на свій "бренд". Але і така ситуація не є стабільною. Елітарна модель освіти базується схемі самовідтворення еліти, що шукає та запрошує майбутніх кандидатів до отримання новітнього знання, доступного та зрозумілого "небагатьом обраним". Масова модель спрямована на стимулювання у суспільстві, в першу чергу у економіці, запиту на вищу освіту та на задоволення цього запиту. Але основна маса платоспроможних "споживачів" таких освітніх послуг (батьки, що сплачують контракти навчання своїх дітей, більшість роботодавців) не готові фінансувати наукові дослідження професорів та доцентів, які власне і складають академічну (наукову) складову навчального процесу і забезпечують передовий інноваційний рівень навчання. Населення та роботодавці готові сплачувати викладання та необхідну соціальну інфраструктуру університетів, але не науково-дослідну діяльність. За таких обставин, виграє той університет, що за менші гроші зможе забезпечити кращий рівень соціальної інфраструктури та базового викладання. Іншими словами, за такої моделі фінансування та функціонування виграють "університети не обтяжені наукою". Вони продають саме той товар, що є цінним для масового покупця, і є більш економічно ефективними.

Отже університети мають виконувати свої функції в умовах жорсткої конкуренції, але конкуренції не стільки академічної, скільки фінансової. Викладачам починає не вистачати часу для спілкування із студентами (на цьому можна "економити"), часу для самовдосконалення, часу для наукової роботи, інформаційних ресурсів. Університет змушений економити на обладнанні, часто віддаючи перевагу соціально-

економічним умовам навчання (гуртожитки , харчування, охорона, організація культурного життя та вільного часу студентів), оскільки саме ці умови більше цінуються споживачем масової вищої освіти.

Крім того об'єктивно погіршується загальна якість підготовки абітурієнтів, що приходять на перший курс. Це є наслідком того, що все більша частина випускників середніх шкіл йдуть до ВНЗ (що в цілому є позитивним фактором), але при цьому зменшується конкурентність при вступі, зменшується мотивація до навчання (майже за будь-яких обставин можна знайти ВНЗ, в якому можна буде отримати диплом загального державного зразка; більше того , у "не обтяжених наукою" університетах вчитися легше а оцінки є кращими) та знижується важливість професійного відбору (абітурієнти не обирають майбутній фах або ж принаймні напрямок навчання, а подають копії своїх документів до максимально можливої кількості "місць навчання"). Погіршення якості абітурієнтів нівелює ефект від " впливу навчальної групи", про який мова йшла вище . Крім того, значна кількість студентів вже на третьому -четвертому курсі починають працювати (з необхідності заробляти гроші або ж заробляти стаж роботи). Це ще ускладнює їх навчання і змушує викладача (щоб не погіршувати психологічний комфорт навчального процесу) знижувати вимоги. Цей процес стосується вже не тільки слабких студентів, або студентів зайнятих роботою, але й потенційно сильних студентів, які могли б навчатися більш інтенсивно та більше ефективно, можливо у менш психологічно комфортних та більш конкурентних умовах.

Вказані вище проблеми є характерними не тільки для українських або ж "пострадянських" університетів. З загостренням таких проблем час від часу стикаються і університети в розвинених країнах. Там також значна частина студентів розглядає університети як засіб для отримання у майбутньому гарної роботи та гарної заробітної плати. Значною є і там проблема купівлі чужих робіт, проблеми плагіату при написанні студентських робіт. Також є значна кількість викладачів, що не займаються науковою роботою. Але на відміну від України, в країнах Заходу вирішення цих проблем спирається на сильні академічні та дослідницькі традиції. Прозоро та неупереджено встановлені рейтинги університетів є загально визнаними і саме на них орієнтуються і роботодавці і абітурієнти. Справжню наукову, освітянську, дослідницьку, управлінську, гуманітарну еліту у кожній з країн готує від декількох до декількох десятків (в залежності від розміру країни) університетів. Цей факт є підтверджений багатьма дослідженнями, починаючи від дослідження еліт і закінчуючи вивченням трудового шляху випускників університетів . Крім того до справжніх, дослідницьких, університетів потрапляють абітурієнти, що навчалися 12-13 років у середній школі, або ж у дворічних коледжах, абітурієнти які знають іноземну мову (часто не одну а більше), вміють працювати із комп'ютером, мають базові знання з економіки, права, етики тощо. У нас таке "донавчання" (навіть "досоціалізацію") змушені робити всі без виключення університети, оскільки ні в місті ні в селі масова 11 -річна школа (яка часто є 11-річною лише формально) не дає відповідних знань.

За останні роки в світі до певної міри змінився характер праці викладача ВНЗ та, що також дуже важливо, змінився його статус. Якщо раніше робота університетського професора або доцента оплачувалася менше ніж відповідна за кваліфікацією рота у бізнесі, але ця різниця в оплаті компенсувалася академічною свободою, вільним часом для самовдосконалення та науково-дослідної діяльності, можливістю безпосереднього спілкування із талановитою молоддю, то зараз викладач ВНЗ має працювати з великою кількістю студентів, збільшується його навчальне навантаження, він має все менше часу та інших ресурсів для самостійної роботи, для власних досліджень. В той же час робота в бізнесі, у приватному та недержавному науковому секторі пов'язана в більшій мірі із інноваціями (технічними, науковими, соціальними) і оплачується вище, ніж робота в університеті. Університетський професор вже не завжди є носієм новітніх інноваційних знань та вмінь. Отже університетський професор не тільки "недоотримує" заробітну плату, але й "недоотримує" академічний статус і академічну свободу. Робота в університетах вже не має тих переваг (нематеріального характеру), які вона мала раніше. Замість академічних стимулів все більшу роль відіграє звичайна економічна компенсація за витрачений робочий час. Більше того, академічними званнями та науковими ступенями володіє все більше людей, які ніяк не пов'язані із науковою або ж викладацькою діяльністю, які не проводять досліджень, не пишуть свої наукові статті та не рецензують чужі, не працюють із аспірантами тощо. Все це "розмиває" а отже і знижує статус університетського професора або доцента.

В той же час, той "товар", що пропонується у такому секторі економіки, як освіта або наука, не має чітко визначених критеріїв оцінки якості, принаймні на етапі "замовлення" цього товару. Коли вирішується питання про можливе фінансування наукового дослідження, то орієнтуються на академічну репутацію та формальні ознаки кваліфікації майбутніх виконавців (наукові ступені, звання тощо). Остаточна якість результату дослідження стане зрозумілою після того, як дослідження буде проведено (а отже ресурси будуть витрачені). Коли вирішується питання про фінансування підготовки майбутніх фахівців, то орієнтуються на досвід та формальні ознаки кваліфікації викладачів. І знову якість виконаної роботи може бути оцінена хоча б у якійсь мірі, після того, як виділені ресурси будуть витрачені. Отже ця "довіра до майбутнього результату" є важливою надзвичайно. Але якщо корпус викладачів починає розширюватися за рахунок тих, хто не зацікавлений у науковій роботі та інноваційному викладанні, то система починає деградувати, якість починає падати, ті, хто продовжують намагатися "втримати" певний рівень, починають погіршувати своє становище (так би мовити "програють"). А за умов коли споживача масової вищої освіти цікавлять лише такі параметри, як вартість навчання, ймовірність вступити до університету, ймовірність закінчити університет та отримати диплом що визнається на ринку праці, параметри кар'єри "людини що має диплом юриста" або "людини що має диплом інженера", цей масовий споживач починає відбирати доступні за ціною університети, де

можна нескладно у комфортних умовах отримати потрібний диплом. Отже, загальна деградація викладацького корпусу веде до викривлення процесу вибору університету потенційним абітурієнтом. Коло замкнулося.

З іншого боку, в ситуації недостатності фінансування освіти платне навчання стає більш важливим і університет починає орієнтуватися в першу чергу на платоспроможність майбутніх студентів. Плата за навчання піднімається, оскільки вона вже не є додатковими коштами для розвитку, а має повністю покривати витрати на підготовку фахівця. Не всі абітурієнти можуть сплачувати за навчання. Критерій відбору змінюється (не знання, не талант, а платоспроможність), якість контингенту студентів змінюється. Зниження якості контингенту студентів впливає на якість навчання (навіть за умови незмінної якості роботи викладачів), адже, як вже зазначалося вище, "ефект навчальної студентської групи" є важливим для якості навчання.

Слід зазначити, що масофікація вищої освіти негативно впливає і на якість роботи викладача. Відірваний в значній мірі від безпосередньої роботи із студентом, викладач працює за стандартними навчальними програмами, використовуючи стандартні підручники або навчальні посібники. Педагогічна унікальність, індивідуальність певною мірою втрачають свою цінність в очах роботодавця (керівництва університету) та споживача (студент). Адже читати лекції за стандартними підручниками може "анонімний викладач" а перевіряти відповіді на стандартизовані тести знань може навіть комп'ютер.

Звичайно, наведені вище фактори не такими, що їх дія абсолютно визначає взаємовідносини у трикутнику "викладач-студент-керівництво ВНЗ". Академічна спільнота має свої важелі для відстоювання власних інтересів, є досить організованою та користується цими важелями. Крім того саме від активності викладачів (дослідницької, громадської тощо) залежить в значній мірі репутація ВНЗ, його "бренд", а отже певною мірою і фінансування. Це є важливим для керівництва ВНЗ, спонукає його до створення відповідних умов для проведення та публікації результатів досліджень. З іншого боку і студенти та їх батьки орієнтуються якщо не на рейтинг (зараз в Україні немає загальноновизнаних та достатньо відомих і фахівцям і громадськості рейтингів ВНЗ) то принаймні на загальний імідж і "відомість" ВНЗ, а отже бренд університетський і в цьому плані є корисним. Таким чином університет в цілому зацікавлений не тільки у навчальній, але й у науково-дослідній активності викладачів. Цей фактор є позитивним та продуктивним як для отримання фінансування від держави та бізнесу, так і для залучення платоспроможних абітурієнтів (отримання фінансування від населення). Але цей фактор не є єдиним і часто не є вирішальним (вагомість саме цього фактору - це предмет для дослідження).

Ті, хто фінансують діяльність університету (це в першу чергу держава та бізнес) воліють знати про ефективність витрачених ресурсів. Університети в усьому світі стають об'єктом для визначення рейтингів (національних, регіональних, світових). Різних методик визначення

рейтингів багато, але в усіх цих методиках фактор наукової активності та суспільного визнання у світі є вагомим. Рейтинги стали популярним способом представлення інформації про різні об'єкти - товари (особливо складні та дорогі товари такі як комп'ютери та комп'ютерні програми, автомобілі тощо), твори мистецтва (книжки, кінофільми, музичні пісні), організації (університети, підприємства), країни (рейтинг інвестиційної привабливості, кредитний рейтинг, рейтинг за корумпованістю), окремих людей (як правило тих, чия професійна діяльність є публічною - спортсменів, політиків тощо). Рейтинги допомагають як різного рівня фахівцям (політикам, менеджерам, продюсерам), так і пересічним людям (виборцям, споживачам товарів, читачам книг) орієнтуватися у ситуаціях, що швидко змінюються, полегшують прийняття різних (часом дуже важливих) рішень.

Кожен рейтинг пов'язаний з вимірюванням певної властивості у однотипних об'єктів, яким ця властивість притаманна (або має бути притаманна) та впорядкуванням цих об'єктів за ступенем виразності цієї властивості. Досить часто рейтинг об'єктів визначається на основі однієї властивості, оскільки за однією властивістю легше проводити впорядкування і рейтинг є більш зрозумілим (що є надзвичайно важливим з огляду на масового "споживача рейтингів", мова про якого буде нижче). Прикладом може бути рейтинг музичних альбомів, що визначається за кількістю проданих копій. Якщо об'єкт характеризується кількома властивостями, то виходячи з оцінок цих властивостей часто конструюють один синтетичний інтегральний показник (індекс), за яким і виконують впорядкування. Спосіб побудови такого інтегрального показника, як правило, обирають досить простий та очевидний (знову ж з огляду на те, щоб він був зрозумілим "споживачам рейтингів"). Бажання (або необхідність) побудувати такого типу "одновимірні" рейтинги зумовлене необхідністю отримати показник, що легко інтерпретується і є наочним. Таке бажання призводить до того, що дослідник формулює досить складний за внутрішньою структурою концепт (на зразок, наприклад, "впливовість політика") і намагаються здійснити безпосереднє (тобто за допомогою одного прямого питання) вимірювання такого концепту. Часто це призводить до проблем з валідністю та надійністю такого інструменту вимірювання.

Отже, кожен рейтинг характеризується

- (1) множиною об'єктів, рейтинг яких вивчається
- (2) метою побудови рейтингу
- (3) властивостями об'єктів, що вимірюються і на основі яких рейтинг побудований
- (4) методикою вимірювання і зокрема інструментом вимірювання та джерелом інформації,
- (5) методикою інтегрування результатів вимірювання у результуючий показник, за яким і виконується впорядкування об'єктів
- (6) "виробником" рейтингу (хто продукує рейтинг і, зокрема, важливим є джерело фінансування робіт)
- (7) "споживачем" рейтингу (для інформування кого рейтинг продукується).

Всі ці характеристики є важливими для змістовної інтерпретації рейтингу.

Розглянемо деякі приклади. Як вже згадувалося раніше, часто вимірюють та оприлюднюють рейтинги товарів, особливо таких технічно складних та досить дорогих товарів як комп'ютери, автомобілі, комп'ютерні програми тощо. Здійснюють цю роботу незалежні (обов'язково незалежні від виробників тих товарів, що їх властивості аналізуються) тестові лабораторії на замовлення незалежних організацій - таких як, наприклад, спілка споживачів. Товари оцінюються за декількома показниками, серед яких є як кількісні (швидкість, вага, розміри) так і якісні (дизайн, якість інструкції, якість сервісу тощо). Для забезпечення об'єктивності та довіри до рейтингу методика вимірювання та спосіб конструювання остаточного показника обов'язково публікуються. Метою таких рейтингів є визначення кращого товару (або товарної марки) в деякій групі. Головний "споживач" рейтингів - потенційні покупці відповідного типу товарів. Рейтинг є необхідним для того, щоб допомогти покупцеві (споживачу) обрати товар. Звичайно, виробник також є зацікавленим у високому рейтингу свого товару, оскільки оприлюднений високий рейтинг сприяє зростанню обсягу продаж.

Іншим прикладом є рейтинги спортсменів – шахістів, боксерів, тенісистів тощо. Такі рейтинги ґрунтуються на об'єктивних даних (кількість виграних партій, клас турнірів, в яких брав участь спортсмен тощо), враховують всю "спортивну біографію" спортсмена і є важливими для організаторів турнірів, рекламодавців та болільників. Спортсмени також зацікавлені у власному високому рейтингу, оскільки від цього показника безпосередньо залежить фінансовий розмір контрактів та навіть сама можливість участі у турнірах певного рівня. Є також рейтинги спортсменів, що ґрунтуються на експертних опитуваннях (як наприклад, визначення кращого футболіста року за результатами опитування провідних спортивних журналістів).

В останні роки важливу роль стали відігравати рейтинги країн світу, що вимірюються міжнародними неурядовими організаціями. Такі рейтинги є свідченням успіхів (або відсутності успіхів) у розвитку демократії, у розвитку економіки, у змінах якості життя в країні тощо. З багатьох точок зору ці рейтинги можна розглядати як показники успіху політичної діяльності країн (як показники політичного успіху). Ґрунтуються такі рейтинги, як правило, на даних експертних опитувань, що проводять відповідні організації, та даних міжнародної і національної статистики. "Споживачами" таких рейтингів є політики, бізнесмени, різні національні та міжнародні інституції. Такі рейтинги безпосередньо чи опосередковано впливають на загальний імідж країни, на відношення до країни з боку міжнародних інституцій та окремих політиків або фінансистів, на обсяг взаємодії із країною тощо. Наприклад, Програма розвитку ООН (UNDP) на основі таких показників як очікувана тривалість життя, рівень освіти населення та частка валового національного продукту на душу населення конструює індекс людського розвитку і впорядковує країни світу за значенням цього показника. Результати цієї

роботи широко висвітлюються у світових ЗМІ та інтерпретуються як чи не найважливіший показник соціально-економічного розвитку окремих країн. Відома неурядова організація Freedom House на основі результатів власного експертного опитування (що включає вісім питань стосовно політичних прав та чотирнадцять питань стосовно громадянських свобод) поділяє країни світу на "вільні", "частково вільні" та "не вільні" і це має суттєвий вплив на загальний імідж країни. На рейтинг корумпованості країн, що його на основі власних експертних опитувань готує міжнародна агенція Transparency International, орієнтуються інвестори під час оцінок ризику вкладень власних коштів в економіку тієї чи іншої країни. Кредитний рейтинг країни безпосередньо впливає на "ціну" кредитів (розмір відсотків, які необхідно сплачувати за отриманий кредит). Отже "ціна рейтингу" може бути досить високою. Прибутки або втрати від зміни рівня рейтингу можуть вимірюватися мільйонами чи навіть мільярдами у будь-якій валюті.

Таким чином, досить часто рейтинги є не тільки елементом зв'язків із громадськістю, але й важливою складовою інформації, на основі якої приймаються важливі рішення, і з цієї точки зору боротьба політичних акторів за підвищення власного рейтингу є цілком виправданою.

Методики конструювання та обчислення рейтингів, що їх регулярно продукують та оприлюднюють міжнародні організації та агенції, якщо і не складні, але часто досить громіздкі (особливо, якщо мова йде про детальний виклад). Тому зазвичай при публікації таких рейтингів у ЗМІ методики не наводяться, але вони є вільно доступними для фахівців або просто зацікавлених читачів. В поєднанні з посиланням на авторитетні академічні колективи, які займалися розробкою та валідізацією методик, така загальнодоступність є певною гарантією коректності показника. Адже більшість людей довіряють показам вольтметра, навіть не уявляючи собі на якому фізичному процесі базується вимірювання напруги електричного струму. Гарантією коректності є авторитет фізиків та інженерів, що розробили відповідний прилад. Таким чином, стандартизація та широка публікація навіть не зовсім тривіальних методик вимірювання соціальних показників дозволяє ввести результати вимірювання а часто і сам інструмент вимірювання до використання широким загалом фахівців та користувачів соціальних даних. За таких умов складність методики (а отже "неочевидність для непрофесіонала" інтерпретації показника) перестають бути суттєвою перешкодою.

Бажання використовувати рейтинги суб'єктів внутрішньополітичної діяльності в поточній політичній боротьбі, зокрема "орієнтація" рейтингів на широку публікацію в ЗМІ, призводить до того, що, як правило, такі рейтинги конструюються методологічно дуже просто. Головним інструментом вимірювань, на яких базуються рейтинги, є опитування – масові опитування або опитування експертів. Як правило, вимірювання здійснюється за допомогою одного питання (так зване, "пряме" або "безпосереднє" вимірювання). У випадку, якщо використовується більше ніж одне питання, побудова індексу, що вимірює необхідний концепт та на основі якого виконується впорядкування і побудова рейтингу, здійснюється досить простим методом – наприклад, простим

додаванням значень, отриманих в результаті відповідей респондентів або експертів на окремі питання. Більш складні схеми вимірювання (наприклад такі, де концепт представлений латентною змінною, а схема вимірювання базується на факторному або латентно-структурному аналізі) використовуються досить рідко почасти з огляду на малорозповсюдженість відповідних методологічних знань, почасти з огляду на складність представлення результатів такого вимірювання у ЗМІ для непрофесійної аудиторії або у звітах для замовників (що досить часто також не мають досвіду аналізу та інтерпретації даних, а отже можуть бути також зараховані до непрофесійної аудиторії). Нетривіальні схеми вимірювання популярності (а також довіри, підтримки, симпатії тощо) використовуються в академічних соціологічних дослідженнях, результати яких призначені не для широкого загалу, а для професійного співтовариства. Але такі показники, як правило, рейтингами не називають.

Відбір дійсно компетентних респондентів, що мають свою обґрунтовану оцінку політика або політичної організації, можна здійснити за допомогою серії попередніх питань-фільтрів. Але при оцінюванні рейтингів такий підхід практично не використовується. З одного боку, такий "відбір за компетентністю" може суттєво зменшити обсяг вибірки та вплинути на характеристики її репрезентативності. З іншого боку, у випадку побудови рейтингів компетентність респондентів не є важливим фактором впливу на валідність результатів вимірювання. При побудові рейтингів довіри до політичного актора, підтримки його дій, готовності голосувати за актора на виборах тощо валідність вимірювання, навіть якщо це не зазначається безпосередньо, ґрунтується на демократичному принципі всезагального та рівного виборчого права. Оскільки при вирішенні політичних питань загальним голосуванням (вибори різного рівня, референдуми) компетентність тих, хто голосують, не враховується, а важливою є лише загальна кількість голосів, отриманих на підтримку певного варіанту рішення питання, то є сенс враховувати оцінки всіх, а не тільки компетентних респондентів. Єдиною вадою такого підходу є нестабільність відповідей некомпетентних респондентів, нестабільність відповідей, що ґрунтуються не на знаннях, переконаннях, вірі чи традиціях, а на емоціях, безпосередній реакції на ситуацію інтерв'ю, на небажанні респондента продемонструвати свою необізнаність. Крім того некомпетентність респондентів, якщо її розуміти саме так, безпосередньо та негативно впливає також на надійність вимірювання. Такий негативний вплив на надійність стосується не тільки вибірових досліджень, але й такої дорогої (з точки зору фінансового забезпечення), стандартизованої (адже всі процедури регламентовані законом та суворо контролюються) та суцільної (не вибіркової) процедури як вибори. Відсутність у значної кількості респондентів стійкої обґрунтованої думки призводить до того, що повторні вибори, які проводяться з практично тим самим списком кандидатів через невеликий проміжок часу дають суттєво відмінний від перших виборів результат. В той же час саме порівняння результатів повторного застосування інструменту є основою одного з підходів до оцінки надійності інструменту

вимірювання. Таким чином, прямі демократичні вибори, якщо їх розглядати не як засіб легітимації влади, а як інструмент визначення політичної сили або політичного лідера, що має найбільшу підтримку громадян, часто як інструмент вимірювання (вимірювання рівня підтримки, а отже і дійсного політичного успіху політичного актора) демонструють досить невисоку надійність.

При використанні в масових опитуваннях такої, як було вказано вище, шкали із трьох або п'яти пунктів рейтинг часто визначають або як відсоток тих респондентів, що дали повністю позитивну відповідь (наприклад, "довіряю повністю"), або як відсоток тих респондентів, що дали позитивну відповідь (наприклад, "довіряю повністю" та "більше довіряю, ніж не довіряю"). Оскільки в масових опитуваннях вимірювання здійснюється на основі даних вибірки, узагальнення такого вибіркового показника на всю відповідну генеральну сукупність має здійснюватися шляхом побудови для отриманого відсотку довірчого інтервалу для заданого рівня довірчої ймовірності (стандартними для соціальних наук є ймовірності 0.95 або 0.99). Навіть якщо у відповідній публікації дослідник намагається вести мову не про генеральну сукупність, а про "відсоток респондентів дослідження", будь-яка спроба здійснити порівняння (наприклад з проведеним раніше дослідженням або з дослідженням, виконаним іншим дослідницьким колективом) призводить до необхідності проводити узагальнення для генеральної сукупності. Дійсно, важко, наприклад, зробити змістовний висновок виходячи із порівняння відсотку прихильних до певного політичного лідера у одній групі людей (респонденти першого дослідження) з відсотком прихильних до того ж політичного лідера у групі зовсім інших (ніяк не пов'язаних із першою групою) людей (респонденти другого дослідження). Таке порівняння буде позбавлене сенсу, якщо тільки не зазначити, що обидві ці групи є випадковими вибірками з однієї тієї ж самої генеральної сукупності. Саме такого роду "спільне походження" двох груп респондентів (тобто те, що ці дві групи є випадковими вибірками з тієї ж самої генеральної сукупності) надає сенсу порівнянню. Але в такому випадку необхідно вести мову не про характеристики двох груп респондентів, і навіть не про характеристики двох вибірок, а про оцінки відповідного параметру у двох генеральних сукупностях (або у одній генеральній сукупності у два різні моменти часу, якщо мова йде про порівняння результатів двох досліджень, що проводилися за однією тією ж методикою, але в різний час). Довірчий інтервал є оцінкою невідомого (недоступного для безпосереднього вимірювання) параметра генеральної сукупності, зробленою на основі відомих (отриманих в результаті вимірювання) даних вибірки.

Імовірнісна інтерпретація рейтингу (як і будь-якого іншого показника) є принципово важливою. Важливо те, що ми можемо робити висновки повні і точні, але імовірнісні. Або можна сказати більш точно, що висновок є повним і точним лише тоді, якщо він є імовірнісним. Всі інтерпретації та висновки, що не враховують цю імовірнісну картину світу виходять за межі інструменту вимірювання а отже є некоректними. Впорядкування оцінок окремих суб'єктів політичної діяльності з метою

отримання рейтингу має здійснюватися лише на основі довірчих інтервалів. Наявність відмінності між рейтингами має визначатися шляхом перевірки відповідних статистичних гіпотез. Невеликі вибіркові відмінності, що не є значущими, не підлягають інтерпретації. Інтерпретація незначущих відмінностей між значеннями вибірових показників не має ніякого відношення до наявних даних.

Необхідність використання саме статистичної інтерпретації рейтингу полягає в специфічній природі даних, що використовуються для його обчислення. По-перше, при обчисленні рейтингу ми маємо справу не з повними даними, що описують всю генеральну сукупність, а з даними вибірки. Вибірка є першим, але не єдиним, джерелом невизначеності. Друге джерело (або більш точно - сукупність джерел) полягає в тому, що, як зазначалося вище, не всі респонденти мають чітке та стає відношення до суб'єкту політичної діяльності, що вивчається. Певна невизначеність такого відношення може бути зумовлена різними причинами: некомпетентністю респондента, його слабою зацікавленістю політикою, несформованістю його поглядів, впливом ситуації опитування тощо. Крім того необхідно враховувати, що між опитуванням окремих респондентів (які, звичайно, опитуються не всі одночасно в один момент) та узагальненням результатів опитування (власне обчисленням рейтингу) проходить певний час (принаймні декілька днів). Інструментом врахування всіх цих невизначеностей і є статистичний метод. Справа полягає не тільки (і не стільки) в тому, що потрібно коректно застосовувати певні формули для узагальнення результатів вибірових опитувань та в інтерпретаціях відповідним чином проводити чітку грань між показником, отриманим для вибірки, та відповідним параметром генеральної сукупності. Справа полягає в тому, що аналізуючи параметри сукупності, що складається з об'єктів, поведінка яких в принципі не може бути контрольованою повністю, ми завжди, при збиранні будь-якої кількості інформації, не будемо мати ситуацію повної визначеності. Припущення, що люди, які складають генеральну сукупність, мають свободу вибору (вибору під час голосування, вибору під час визначення свого ставлення до суб'єктів політичної діяльності тощо) є фундаментально важливим. Зробивши це припущення ми одразу потрапляємо в ситуацію певної невизначеності (або неповної визначеності). Отже, важливим чи може навіть головним джерелом невизначеності є саме свобода, в ситуації вивчення політичних рейтингів це є свобода мати (чи не мати) і висловлювати (або не висловлювати) свою думку стосовно політичних подій та суб'єктів політичної діяльності. А отже, в такій ситуації для коректної інтерпретації будь-якого показника (в тому числі і політичного рейтингу) потрібно застосовувати статистичний підхід. Статистичний підхід дозволяє працювати з пропущеними даними (наприклад, небажання респондентів давати відповіді на певні питання), з неточною інформацією, і в таких умовах невизначеності дозволяє робити точні, чіткі та визначені висновки. Правда, ці висновки є імовірнісними і їх коректна інтерпретація та прийняття на їх основі певних рішень потребує внесення поняття ризику до простої схеми мислення в термінах винайдених причин та визначених

наслідків цих причин, потребує спеціального статистичного мислення. Отже той, хто інтерпретує такі точні висновки, зроблені в умовах невизначеності, (наприклад, дослідник політичних рейтингів) або той, хто приймає певні рішення на основі таких висновків (наприклад, керівник передвиборчого штабу кандидата на певну політичну посаду) може не знати формул математичної статистики, але обов'язково має володіти культурою статистичного мислення.

Отже, університети можуть мати різні пріоритети цілей власного функціонування. Це дозволяє говорити про неоднорідність сектору освіти (принаймні як сектору економічної діяльності), виділяти різні типи ВНЗ та вести мову про специфіку менеджменту у відповідних ВНЗ [5, с.37-44]. Типологію університетів можна вести за їх структурою (класичні мультидисциплінарний, технічний тощо), за галуззю та напрямком навчання (медичні університети, аграрні університети, юридичні університети тощо), за рівнем акредитації (специфіка українського менеджменту освіти) тощо. У відповідності із пріоритетами власної діяльності можна виділити декілька можливих типів ВНЗ (типів університетів).

1. Підприємницький університет. За способом планування діяльності та менеджменту такий університет є близьким до підприємства. Мета менеджменту - максимізація фінансового прибутку на всіх напрямках діяльності. На це спрямовані зусилля по відкриттю власних освітницьких програм, бізнес-шкіл, курсів підготовки та перепідготовки, програм навчання позауніверситетського рівня (близьких до технікумів та училищ). Активність в плані проведення прикладних досліджень із зовнішніми джерелами фінансування. Активність в плані створення неакадемічного зовнішнього іміджу - художня самодіяльність, спортивні команди, художні виставки тощо. Розвиток власної соціальної сфери (гуртожитки, їдальні, бази відпочинку, поліклініки тощо) із виходом на їх пропозицію на зовнішньому ринку, (включаючи і здачу в оренду приміщень). Університет орієнтується на отримання грошового прибутку. Ця мета розділяється і викладацьким колективом і адміністрацією. Можливими є конфлікти у колективі з приводу пропорцій розподілу прибутку. Там, де більша частина прибутків присвоюється адміністрацією та/або власниками високоюмовірним є деградація університету. Там, де прибутки розподіляються прозоро і основна частина прибутків витрачається на розвиток та для колективу викладачів ймовірним є стабільне існування університету. Проблемою може бути те, що не всі прибуткові види діяльності сприяють зростанню академічної репутації університету. Конфлікт між економічною ефективністю та прибутковістю, який обов'язково буде виникати, потребує особливої уваги менеджменту з точки зору можливих шляхів компромісного вирішення.

2. Університет-"супермаркет". Пропонує велику кількість модульних курсів, орієнтованих на ринок праці та на "середнього за здібностями" студента. Студент обирає модулі, керуючись власними потребами, уявленнями про майбутню кар'єру та порадами методистів (деякі курси можна вивчати лише на базі інших курсів). В переліку домінують ті курси, що "користуються попитом". Такий університет найбільш гнучко може

реагувати на зміни вимог до працівників на ринку праці. Протиріччям є те, що корисність певного курсу, що пропонується, може стати очевидною лише через кілька років. Така структура університету найкраще відповідає масовій вищій освіті. Університет не стимулює розвиток наукових шкіл, зростання академічної наукової репутації, але може давати гарну професійну підготовку. Колектив викладачів може бути нестабільним (викладач працює певний час, поки відповідний курс користується попитом). Велика увага приділяється методичним матеріалам для самостійної роботи студентів, підручникам та навчальним посібникам, навчальним матеріалам, що не розповсюджуються вільно (у книжкових магазинах або ж через Інтернет) а є специфічним навчальним "know how" університету. Університет орієнтован на репродукування існуючих знань та на навчання компетенціям і не орієнтований на продукування нових інноваційних знань і навчання таким знанням.

3. Дистанційний університет. Цей тип є певним розвитком попереднього. Вибір курсів для навчання та програми навчання здійснюється також на основі побажань слухача та рекомендацій методистів. Орієнтація на професійну підготовку. Безпосередній контакт між викладачем та студентом відсутній або майже відсутній. Основою є використання сучасних інформаційних технологій.

4. Дослідницький університет. Університети елітного навчання. Готують кадри для наукових установ та інших університетів. Програма підготовки повністю визначається викладачами. Студент має можливість здійснювати вибір курсів для певної спеціалізації, але ця можливість досить обмежена. Розвинутим є сектор магістерської підготовки та аспірантура (або програми PhD). Викладачі стимулюються до занять науковою роботою. Навчання орієнтовано не тільки на трансляцію існуючих знань, але й на навчання інноваційним знанням та технологіям. Головним для університету є його академічний престиж та репутація. Навчальне (академічне) навантаження викладачів враховує необхідність займатися власними дослідженнями. Викладачі працюють у конкурентному середовищі і їх робота оцінюється в значній мірі за врахування наукових досягнень, кількості отриманих грантів (проектів), кількості наукових публікацій тощо. Навчання в більшій мірі індивідуалізоване (безпосередні контакти викладачів із студентами), що досягається зменшенням розміру академічних груп. Студенти навчаються у конкурентних умовах. Допускається значний відсоток відрахувань студентів, що не встигають. Університет самостійно здійснює набір студентів за власними критеріями. Зароблені університетом кошти в основному витрачаються на розвиток. При таких університетах можуть існувати такі структури як інноваційні технологічні парки, дослідницькі інститути або лабораторії, наукові кластери тощо.

Наведена типологія університетів (ВНЗ) є досить умовною, виділені типи потрібно розглядати як "ідеальні типи". В реальних університетах присутніми є різні риси, притаманні різним з виділених типам. Але аналіз кожного конкретного ВНЗ може виділяти домінуючі. Але ця або подібна типологія може бути корисною при розгляді можливих варіантів

менеджменту ВНЗ. Головний висновок полягає в тому, що сектор вищої освіти є неоднорідним за різними показниками, і в тому числі за цілями функціонування ВНЗ (основних агентів). Ці цілі не суперечать основним функціонгльним завданнями вищої освіти, але накладають специфіку на діяльність ВНЗ а отже і на специфіку менеджменту.

Література: 1.Вища освіта України - Європейський вимір: стан, проблеми,перспективи. - К.: МОН України, 2008. - 103 с.; 2. A Framework for Qualifications of the European Higher Education Area. Bologna Working Group on Qualifications Frameworks. Published by: Ministry of Science, Technology and Innovation, Bredgade 43, DK-1260- Copenhagen, 2007.- 18p.; 3. Focus on the Structure of Higher Education in Europe 2006/07. National Trends in the Bologna Process, EURYDICE, Brussels, 2007. – 46p.; 4. National Qualifications Frameworks: Development and Certification / Report from Bologna Working Group on Qualifications Frameworks, May, 2007. - Brussels, 2007. – 64p.; 5. Реалізація Болонського процесу в країнах Темпус (2009 2010).- Брюссель: Програма Tempus2010. - 67 с.

УДК 334.7