

DOI: 10.33184/dokbsu-2021.5.9

Конкурентоспособность вуза в современных условиях

О. В. Алешкина

Башкирский государственный университет

Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, улица Заки Валиди, 32.

Email: aleshkina_o@mail.ru

В данной статье анализируется необходимость конкурентной борьбы российских вузов за потребителей образовательных услуг в современных условиях. Сегодня существует множество вузов разной направленности, уровня, форм собственности, поэтому неизбежно соперничество за абитуриентов, преподавателей высокой квалификации, источники финансирования, налаженные связи с работодателями. В статье выделены наиболее значимые аспекты конкурентных преимуществ, обозначены возможные пути совершенствования деятельности для повышения конкурентоспособности вузов и большей эффективности их деятельности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, образовательная услуга, рейтинг, цифровизация.

Элементы соперничества за потребителя характерны для большинства отраслей рыночной экономики. Конкуренция является мощным стимулом развития, позволяющим повышать качество продукции, развивать научно-технический прогресс, более полно удовлетворять желания потребителей. Не является исключением и сфера образования. Рассмотрим понятие конкуренции по отношению к сфере высшего образования.

Какими же качествами должно обладать конкурентоспособное высшее образовательное учреждение? По определению Скворцова Н. Г., конкурентоспособный университет способен «занимать и удерживать устойчивые позиции на определенных сегментах рынка образовательных услуг и продуктов интеллектуальной деятельности благодаря эффективной реализации интеллектуального потенциала, развитой инновационной системе и достаточности финансовых ресурсов, обеспечивающих высокий уровень и качество обучения и научных исследований» [1].

По мнению Троценко А. Н., конкурентоспособность – это совокупность качеств вуза, показывающая «его конкурентные преимущества по ряду определяющих факторов для удовлетворения потребностей обучающихся, что позволяет завоевать и удержать определенное положение учебного заведения» [2].

Для оценки конкурентоспособности вуза необходимо знать и понимать ее критерии. На степень конкурентоспособности вуза влияет ряд обстоятельств. Это цена за предо-

ставление образовательных услуг (поскольку количество бюджетных мест не всегда соответствует потребностям абитуриентов) и неценовые факторы. К неценовым факторам относят:

- показатели квалификации профессорско-преподавательского состава;
- соответствие перечня специальностей требованиям рынка;
- качество образовательной деятельности;
- международная деятельность;
- научно-исследовательская деятельность;
- взаимодействие с бизнес-сообществом;
- менеджмент университета;
- степень развитости инфраструктуры.

Как показывает международный опыт, различные рейтинги, для успешных университетов необходимо присутствие трех базисных характеристик:

- 1) сосредоточение талантов – совокупность одаренных студентов, исследователей, преподавателей;
- 2) современная инфраструктура и достаточное для нормальной жизнедеятельности количество ресурсов;
- 3) эффективный аппарат управления университетом.

Вуз должен быть способен не только привлекать, но и удерживать в своих стенах талантливых исследователей, студентов, преподавателей. Для выполнения этого условия нужны, в том числе, и финансовые возможности: значимые объемы исследовательских грантов, средства от оплаты образовательных услуг, частный капитал, бюджетные вливания и т.п. Должна быть преемственность поколений, вчерашние студенты желательны в роли исследователей, преподавателей.

Конкурентоспособный вуз невозможен без эффективного управленческого аппарата, способствующего достижению высоких результатов по основным показателям. Но при этом должна обеспечиваться некая академическая свобода вуза, его самостоятельность, независимость, «наличие сильной команды менеджеров, стратегического мышления и культуры лидерства» [3]. Условие эффективного управления для вуза – система менеджмента, «основанная на передовых методах управления персоналом и построении корпоративной культуры» [4], это ключевой фактор успеха любой организации [5].

Эффективное управление университетом включает стратегический и оперативный финансовый менеджмент, поскольку деятельность любого предприятия нуждается в материальном обеспечении. Высшая школа невозможна без проведения научных ис-

следований, что также является базисом для качественного образовательного процесса, соответствующего современным требованиям. Международная деятельность должна существовать и развиваться в современном вузе, поскольку глобализация и интернационализация образования являются современным трендом во всем мире. Без изучения рынка, соответственно, маркетинга образовательных услуг, невозможно понимать требования рынка и быть востребованным учебным заведением. Конечно же, в вузе, как и в любой организации, от работы персонала зависит успешность функционирования, поэтому управление персоналом и повышение его квалификации – важный вопрос менеджмента вуза. Управление репутацией университета – одна из главных стратегических задач управления, поскольку образовательная сфера формирует мировоззрение человека, его нравственные нормы и не может противоречить этическим, правовым, воспитательным нормативам.

Сегодня даже если вуз работает только на внутреннем рынке, он вынужден учитывать международные изменения, как в сфере образования, так и в предметной области, поскольку благодаря единому информационному пространству, легкости и скорости обмена информацией, у потребителя образовательных услуг есть возможность изучения, сравнения, выбора. Возможна вариативность «обучения с выбором наиболее нужных дисциплин» [6]. Сегодня позиции университетов в международных рейтингах истолковываются заинтересованными сторонами как показатели качества, при этом абитуриенты и их родители показатели рейтингов воспринимаются как «показатели качества образования, которое ожидается от выпускника» [7]. Образовательные учреждения сейчас широко предлагают образовательные услуги онлайн, это также является очень актуальным конкурентным преимуществом. Глобализация образования предполагает широкое применение электронных образовательных технологий и использование английского языка как универсального средства общения, но несет риски оттока из страны наиболее талантливых представителей молодежи, особенно заинтересованных в глобальной карьере, «в сеть» или в зарубежные вузы.

Задачами для решения к 2024 году направления «Кадры и образование» программы развития цифровой экономики Российской Федерации является достижение следующих целевых показателей:

- 120 000 человек в год – выпускники образовательных организаций высшего образования по направлениям подготовки, касающихся информационно-коммуникационных технологий;
- 800 000 человек в год – «количество выпускников высшего и среднего профессионального образования, обладающих компетенциями в области информационных технологий на среднемировом уровне;
- 40 процентов – доля населения, обладающего цифровыми навыками» [8].

Построение цифрового образовательного процесса также является весомым показателем конкурентоспособности вуза, так как только при активном применении информа-

ционно-коммуникационных технологий в обучении и овладении студентами соответствующими компетенциями, возможно подготовить специалиста, востребованного в будущем. Цифровизация является не только технологически нужным, но и социально обуславливающим фактором развития маркетинговых технологий образовательного учреждения, направленным на повышение актуальности «учебных учреждений на современном рынке образовательных услуг» [9].

Таким образом, для развития, эффективного существования, обеспечения высоких конкурентных позиций вузам нужно постоянного отслеживать и изучать ситуацию на рынке образовательных услуг, быть в тренде требований работодателей, осваивать передовые технологии. Сфера образования сегодня является такой же динамичной, как и весь мир вокруг. С учетом того, что за период обучения студентов технологии развиваются, необходимо стараться работать «на опережение», чтобы давать актуальные компетенции при обучении и формировать в стенах университетов конкурентоспособного будущего работника.

Литература

1. Скворцов Н. Г. Конкурентоспособность университетов в глобальной системе высшего образования: вызовы и стратегии // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-universitetov-v-globalnoy-sisteme-vysshego-obrazovaniya-vyzovy-i-strategii>.
2. Троценко А. Н. Теоретические основы исследования социальной инфраструктуры университета как фактора его конкурентоспособности // Наука и бизнес: пути развития. 2018. №11 (89). С. 176–180.
3. Ендовицкий Д. А., Коротких В. В., Воронова М. В. Конкурентоспособность российских университетов в глобальной системе высшего образования: количественный анализ // Высшее образование в России. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-rossiyskih-universitetov-v-globalnoy-sisteme-vysshego-obrazovaniya-kolichestvennyy-analiz> (дата обращения: 13.07.2021).
4. Латышев А. С., Похолков Ю. П., Червач М. Ю., Шадская А. Н. Управление конкурентоспособностью современного российского университета: состояние, вызовы и ответы // Университетское управление: практика и анализ. 2017. №5 (111). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-konkurentosposobnostyu-sovremennogo-rossiyskogo-universiteta-sostoyanie-vyzovy-i-otvety> (дата обращения: 13.07.2021).
5. Алешкина О. В., Галимова Ф. Ф. Интеллектуальный капитал фирмы // Вектор экономики. 2021. №1 (55). С. 47.
6. Сагинова О. В. Показатели конкурентоспособности вузов // ЭТАП. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazateli-konkurentosposobnosti-vuzov>.
7. Алешкина О. В. Междисциплинарное взаимодействие и система образования // Междисциплинарный подход к исследованию современных социально-экономических процессов: сборник научных трудов. – Уфа, 2020. – С. 64–68

8. Алешкина О. В. Последствия цифровизации промышленности для общества // В сборнике: Цифровая трансформация промышленности: тенденции, управление, стратегии. Материалы I Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор В. В. Акбердина. 2019. С. 18–26.
9. Usick S. P. Digital marketing as a factor of competitiveness of a modern university // Labour and Social Relations Journal. 2020. №1. С. 123–131.

Статья рекомендована к печати кафедрой общей экономической теории БашГУ
(докт. эконом. наук, проф. Г. М. Россинская)

The competitive ability of the university in modern conditions

O. V. Aleshkina

Bashkir State University

32 Zaki Validi Street, 450076 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.

Email: aleshkina_o@mail.ru

This article analyzes the need for Russian universities to compete for consumers of educational services in modern conditions. Today there are many universities of different directions, levels, forms of ownership, therefore, competition for applicants, highly qualified teachers, sources of funding, and established relations with employers is inevitable. The article highlights the most significant aspects of competitive advantages, identifies possible ways to improve activities to improve the competitiveness of universities and greater efficiency of their activities.

Keywords: competitiveness, educational service, rating, digitalization.