

УДК 339.138

DOI: 10.12737/article_58f9c4d9cade53.29358998

К.Р. Мельковская

ВЫЯВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассмотрены особенности конкурентоспособности вуза как экономической категории. Разработана модель оценки конкурентоспособности вузов на основе факторов внутренней среды: качество, цена, сервис и имидж. Дан совершенно новый подход к графическому представлению конкурентоспособности – «Полоска конкурентоспособности

вузов по факторам внутренней среды». Разработана «Матрица позиционирования вузов по востребованности». Показана эффективность применения предлагаемой методики.

Ключевые слова: конкурентоспособность вуза, методика оценки, внутренняя и внешняя среда вуза.

K.R. Melkovskaya

IDENTIFICATION OF OPPORTUNITIES FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN MODERN CONDITIONS

The paper aims at developing the system approach to management process of competitiveness of higher education institution for increasing the choice efficiency and application of its progressive development strategy.

Significant results of the scientific research:

- an idea of the concept of higher education institution competitiveness, its key components and features is formed, and also the main approaches to determination of its level are identified;
- the complex technique of competitiveness assessment of higher education institutions within the region is developed;
- approbation of the developed technique of competitiveness assessment of higher education institution

based on materials of FSBEI HE "Bryansk State Technical University" is carried out.

Scientific novelty of the research consists in development of theoretical-methodical concepts and practical recommendations for increasing management efficiency of higher education institution competitiveness by carrying out a complex assessment of its level.

Use of the main results of scientific research in practice of competitiveness management of a higher education institution allows to reveal shortcomings of management strategy of higher education institution competitiveness and to highlight capacities for their elimination.

Keywords: competitiveness of higher education institution, assessment technique, internal and external environment of higher education institution.

Введение

Особенности развития народного хозяйства России в XXI веке существенно отразились на условиях функционирования системы высшего образования в стране. В настоящее время вузы вынуждены самостоятельно осуществлять поиск источников устойчивого развития, поддержания своего финансового состояния на достаточном уровне, что невозможно реализовать без развития методов и форм управления конкурентоспособностью как в региональном разрезе, так и на уровне страны.

В свою очередь управление конкурентоспособностью невозможно представить без действенных методических под-

ходов к оценке ее текущего и прогнозируемого уровня. Таким образом, принимая во внимание разрозненность мнений о структуре и технологии проведения оценки конкурентоспособности вуза, проблематику данного научного исследования, посвященного развитию методического аппарата управления конкурентной позицией высшего учебного заведения, следует признать весьма актуальной.

Авторский подход к оценке конкурентоспособности вуза

Изучив многие подходы к определению конкурентоспособности как экономической категории и как фактора стимуляции развития вуза, рассмотрев сущность

конкурентоспособности вуза и ее составляющие, необходимо конкретизировать определение данному понятию.

Итак, конкурентоспособность вуза – это его возможность удовлетворять своевременно и в полном объеме конкретные потребности личности в современном профессиональном образовании, а также потребность предприятий и организаций в профессиональных кадрах, посредством превосходства перед конкурентами по качеству предоставляемых образовательных услуг, внедрения новых инновационных образовательных программ, использования современных технологий и скорого реагирования на изменяющиеся условия внешней среды.

Для оценки конкурентоспособности вузов в рамках региона, предлагается рассматривать такие факторы внутренней среды, как качество, цена, сервис и имидж (рис.1). Однако следует заметить, что

внешние факторы оказывают значительное влияние на конкурентоспособность вузов, поэтому рассматривая высшую школу на более высоком уровне, необходимо учитывать факторы внешней среды, что в нашем случае не актуально, т.к. данные факторы оказывают одинаковое влияние на вузы одного региона.

Модель может способствовать сравнению и вузов разных регионов, стоит лишь учитывать разные веса факторов. При этом все субфакторы из представленной совокупности для каждого из четырех факторов конкурентоспособности вуза включает ряд критериев ее оценки, вес которых был определен исходя из результатов экспертного опроса. При этом экспертам было предложено заполнить опросный лист, расставив оценку приоритетности выбранных критериев конкурентоспособности вузов (самому важному присваивается самый большой балл) (табл.1).



Рис. 1. Модель оценки конкурентоспособности вузов на основе факторов внутренней среды

В качестве экспертов выступили представители разных уровней администрации и профессорско-преподавательского состава БГТУ.

Из полученной табл.1 видно, что наибольший вес имеют:

- критерии качества: количество докторов наук, количество кандидатов наук, научно-исследовательская работа сотрудников и студентов, прохождение практик на предприятиях региона по направлению от вуза;

- критерии цены: наличие бюджетной основы обучения, стоимость годового обучения, наличие договорной (платной) ос-

новы обучения, наличие стипендий студентам бюджетной основы, скидки отличникам, обучающимся на платной основе;

Таблица 1

Выявление ключевых критериев конкурентоспособности вуза

КРИТЕРИИ КАЧЕСТВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА	ЭКСПЕРТ					Σ	Σ^2	V_i	W_i
	1	2	3	4	5				
Профессорско-преподавательский состав									
Количество докторов наук (Кк ₁)	12	13	13	13	13	64	4 096	1,00	0,14
Количество кандидатов наук (Кк ₂)	11	12	12	12	12	59	3 481	0,92	0,13
Количество аспирантов, докторантов и соискателей (Кк ₃)	5	9	10	5	4	33	1 089	0,52	0,07
Образовательная литература									
Учебные пособия (Кк ₄)	3	7	8	6	3	27	729	0,42	0,06
Дополнительная учебная литература (Кк ₅)	2	5	9	7	2	25	625	0,39	0,05
Научно-исследовательская деятельность									
Научно-исследовательская работа сотрудников и студентов (Кк ₆)	13	10	7	8	7	45	2 025	0,70	0,10
Научные конференции (Кк ₇)	9	8	3	9	8	37	1 369	0,58	0,08
Издательство (Кк ₈)	4	2	1	2	1	10	100	0,16	0,02
Практическая направленность обучения									
Прохождение практик на предприятиях региона по направлению от вуза (Кк ₉)	10	11	11	11	6	49	2 401	0,77	0,11
Прохождение стажировок в других вузах (Кк ₁₀)	6	6	6	10	9	37	1 369	0,58	0,08
Техническая оснащенность									
Количество компьютеров с необходимым ПО (Кк ₁₁)	8	3	5	4	10	30	900	0,47	0,07
Количество презентационной техники (Кк ₁₂)	1	1	2	3	5	12	144	0,19	0,03
Свободная WI-FI зона (Кк ₁₃)	7	4	4	1	11	27	729	0,42	0,06
СУММА						455	19057	7,11	1,00
MAX						64			
S						3132			
W						0,688			
КРИТЕРИИ ЦЕНЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА	ЭКСПЕРТ					Σ	Σ^2	V_i	W_i
	1	2	3	4	5				
Стоимость обучения									
Стоимость годового обучения (Кц ₁)	8	7	7	8	9	39	1521	0,89	0,17
Основы обучения									
Бюджетная основа (Кц ₂)	9	9	9	9	8	44	1936	1,00	0,20
Договорная (платная) основа (Кц ₃)	5	8	8	7	3	31	961	0,70	0,14
Стипендии									
Наличие стипендий (Кц ₄)	6	6	6	2	4	24	576	0,55	0,11
Скидки студентам, обучающимся на платной основе									
Скидки отличникам (Кц ₅)	2	5	4	6	7	24	576	0,55	0,11
Скидки активистам (Кц ₆)	1	4	3	5	2	15	225	0,34	0,07
Условия оплаты									
Кредитование (Кц ₇)	3	2	1	3	5	14	196	0,32	0,06
Рассрочка оплаты (Кц ₈)	4	3	2	4	6	19	361	0,43	0,08
Стабильность цен									
Увеличение стоимости обучения (Кц ₉)	7	1	5	1	1	15	225	0,34	0,07
СУММА						225	6577	5,11	1,00
MAX						44			
S						952			
W						0,635			
КРИТЕРИИ СЕРВИСА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА	ЭКСПЕРТ					Σ	Σ^2	V_i	W_i
	1	2	3	4	5				
Общежитие									
Наличие общежития и количество мест проживания (Кс ₁)	13	9	10	15	15	62	3844	0,86	0,13
Бытовые условия проживания (Кс ₂)	5	8	4	7	4	28	784	0,39	0,06

Окончание табл. 1

КРИТЕРИИ СЕРВИСА КОНКУРЕНТО-СПОСОБНОСТИ ВУЗА	ЭКСПЕРТ					Σ	Σ^2	V_i	W_i	
	1	2	3	4	5					
Стоимость проживания (Kc_3)	4	7	2	5	12	30	900	0,42	0,06	
Столовая										
Наличие и количество посадочных мест столовой (Kc_4)	6	3	7	4	9	29	841	0,40	0,06	
Учебные корпуса										
Наличие и размер учебных корпусов (Kc_5)	7	6	6	8	10	37	1369	0,51	0,08	
Лекционные аудитории										
Наличие и размер лекционных аудиторий (Kc_6)	8	2	3	9	11	33	1089	0,46	0,07	
Военная кафедра										
Наличие военной кафедры (Kc_7)	14	1	5	14	13	47	2209	0,65	0,10	
Формы обучения										
Наличие очной формы обучения (Kc_8)	15	15	15	13	14	72	5184	1,00	0,15	
Наличие очно-заочной формы обучения (Kc_9)	10	14	13	11	6	54	2916	0,75	0,11	
Наличие классической заочной обучения (Kc_{10})	11	11	14	12	8	56	3136	0,78	0,12	
Наличие заочной выходного дня формы обучения (Kc_{11})	12	12	12	6	2	44	1936	0,61	0,09	
Наличие дистанционной формы обучения (Kc_{12})	1	13	11	1	1	27	729	0,38	0,06	
Библиотека										
Наличие библиотеки (Kc_{13})	2	5	1	2	3	13	169	0,18	0,03	
Наличие электронной базы образовательной литературы (Kc_{14})	3	4	8	3	7	25	625	0,35	0,05	
Содействие в трудоустройстве выпускников										
Наличие и функционирование отдела содействия в трудоустройстве выпускников (Kc_{15})	9	10	6	10	5	40	1600	0,56	0,08	
СУММА						477	21803	6,63	1,00	
МАХ						72				
S						6634,4				
W						0,95				
КРИТЕРИИ ИМИДЖА КОНКУРЕНТО-СПОСОБНОСТИ ВУЗА	ЭКСПЕРТ					Σ	Σ^2	V_i	W_i	
	1	2	3	4	5					
Собственник										
Государственный или негосударственный вуз ($Kи_1$)	4	4	3	2	2	15	225	0,83	0,3	
Известность										
Число респондентов, знающих о вузе ($Kи_2$)	1	1	1	1	1	5	25	0,28	0,1	
Востребованность выпускников на рынке труда										
Число трудоустроенных по специальности ($Kи_3$)	3	3	4	4	4	18	324	1,00	0,36	
Известные выпускники										
Число выпускников вуза, внесших особый вклад в развитие науки, искусства, политики ($Kи_4$)	2	2	2	3	3	12	144	0,67	0,24	
СУММА						50	718	2,78	1,00	
МАХ						18				
S						93				
W						0,744				

- критерии сервиса: наличие общежития и количество мест проживания, наличие военной кафедры, наличие очной формы обучения, наличие очно-заочной формы обучения,

наличие классического заочного обучения;

- критерии имиджа: востребованность выпускников на рынке труда, государственный или негосударственный вуз.

Для оценки согласованности мнений экспертов использован расчет q – коэффициент конкордации Кендалла (коэффициент множественной ранговой корреляции).

Фактор «Качество» - 13 критериев ($K_{к1} \dots K_{к13}$).

Фактор «Цена» - 9 критериев ($K_{ц1} \dots K_{ц9}$).

Фактор «Сервис» - 15 критериев ($K_{с1} \dots K_{с15}$).

Фактор «Имидж» - 4 критерия ($K_{и1} \dots K_{и4}$).

Так как полученный коэффициент согласия для критериев качества - 0,688, цены - 0,635, сервиса - 0,95, имиджа - 0,744. Это значит, что мнения экспертов согласованы, и полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего анализа.

Следующим этапом реализации предлагаемой методики станет расчет уровня конкурентоспособности вуза по факторам внутренней среды:

$$K_{\text{вуза}} = (K_{к1} \times W_{к1} \mid K_{к2} \times W_{к2} \dots K_{к13} \times W_{к13}) \mid (K_{ц1} \times W_{ц1} \mid K_{ц2} \times W_{ц2} \dots K_{ц9} \times W_{ц9}) \mid (K_{с1} \times W_{с1} + K_{с2} \times W_{с2} \dots K_{с15} \times W_{с15}) + (K_{и1} \times W_{и1} + K_{и2} \times W_{и2} \dots K_{и4} \times W_{и4})$$

где K_{ij} – балл соответствующего критерия;
 W_{ij} – вес соответствующего критерия.

Максимально конкурентоспособность вуза по факторам внутренней среды может равняться 4:

$$\begin{aligned} \text{Качество} &= K_{к1} \times W_{к1} + K_{к2} \times W_{к2} \dots K_{к13} \times W_{к13} \text{ (max 1);} \\ \text{- Цена} &= K_{ц1} \times W_{ц1} + K_{ц2} \times W_{ц2} \dots K_{ц9} \times W_{ц9} \text{ (max 1);} \\ \text{- Сервис} &= K_{с1} \times W_{с1} + K_{с2} \times W_{с2} \dots K_{с15} \times W_{с15} \text{ (max 1);} \\ \text{- Имидж} &= K_{и1} \times W_{и1} + K_{и2} \times W_{и2} \dots K_{и4} \times W_{и4} \text{ (max 1).} \end{aligned}$$

В рамках предлагаемой методики результат оценки конкурентоспособности по факторам внутренней среды рекомендуется отображать в графическом виде с использованием полоски конкурентоспособности вуза (рис. 2), которая поделена на 4 равные части, соответствующие факторам конкурентоспособности внутренней среды.

Помимо описанных выше инструментов оценки конкурентоспособности вузов с целью расширения масштабов применения аналитической информации предлагается наряду с методикой оценки использовать матрицу позиционирования вузов по востребованности. Матрица располагается в двухмерной системе координат. Востребованность вуза на образовательном рынке, т.е. востребованность вуза у абитуриентов – это абсцисса (X), Востре-

бованность выпускников на рынке труда, т.е. востребованность выпускников вуза у работодателей – это ордината (Y). Оси абсцисс и ординат измеряются в процентах.

Вся плоскость позиционирования делится на девять одинаковых прямоугольников. Деление на области происходит как деление на равные части от 100% востребованности вуза у абитуриентов (ось X) и работодателей (ось Y) (рис. 3).

Конкретные вузы размещаются на плоскости матрицы точками с координатами (X , Y). Модель выделяет 7 типов конкурентных позиций (табл. 2).

Востребованность вузов на образовательном рынке (Y абитуриентов) (X) будет характеризоваться отношением поданных заявлений на поступление в вуз к общему количеству абитуриентов в регионе за год.

Востребованность выпускников на рынке труда (у работодателей) (Y) измеряется отношением числа трудоустроенных выпускников вуза по специальности к числу выпускников вуза за последние 3 года.

На плоскость матрицы вузы наносят-

ся кругами, радиус (R) которых – это рыночная доля вуза - число студентов вуза к общему объему рынка образовательных услуг.

Таблица 2

Характеристика матрицы позиционирования вузов по востребованности

Название блоков матрицы	Характеристика объектов блока
1. Лидеры	Вузы с самой сильной и улучшающейся конкурентной позицией. Это лидеры рынка образовательных услуг.
2. Догоняющие (2 позиции)	Вузы с сильной конкурентной позицией, но уступающие лидерам по востребованности. Данному типу характерны 2 позиции: 1 – вузы, наиболее востребованные у работодателей и менее востребованные у абитуриентов; 2 – вузы, наиболее востребованные у абитуриентов и менее у работодателей. Это претенденты на лидерство.
3. Норма	Вузы со средней конкурентной позицией, как у работодателей, так и у абитуриентов.
4. Признанные	Вузы с очень высокой востребованностью у работодателей и очень слабой востребованностью у абитуриентов.
5. Попсовые	Вузы с очень высокой востребованностью у абитуриентов и очень слабой востребованностью у работодателей.
6. Низы (2 позиции)	Вузы со слабой конкурентной позицией, пользующиеся низким спросом у работодателей и абитуриентов, «окопавшиеся» в рыночных нишах. В зависимости от степени спроса выделены 2 позиции.
7. Аутсайдеры	Специальность с очень слабой конкурентной позицией, не востребованы ни у работодателей, ни у абитуриентов. Аутсайдеры рынка образовательных услуг.

Данная модель применима как на уровне региона, так и на уровне страны. Стоит только изменять масштаб путем указания общего количества абитуриентов.

Матрица позиционирования – наглядное представление о востребованности вуза на рынке образовательных услуг. Она также может применяться внутри вуза для выявления специальностей, пользующихся наибольшей востребованностью у абитуриентов и работодателей. В зависимости от позиции вуза в данной матрице, вуз должен определить для себя приоритетные конкурентные стратегии.

Апробация методики оценки конкурентоспособности вуза

Описанная методика оценки конкурентоспособности вуза по факторам внутренней среды была апробирована на мате-

риалах ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический университет». По факту реализации методике необходимо подвести итоги.

Конкурентоспособность БГТУ по факторам внутренней среды в 2015 г. составила 2,37, что графически отражено на полоске конкурентоспособности вуза (рис.2).

При этом видно, что совокупность критериев качества сформировало низкий уровень данного фактора, что, главным образом, обусловлено низкими баллами по критериям с высокими весами, в частности, количеством докторов и кандидатов наук, научно-исследовательской работой сотрудников и студентов, прохождением практик на предприятиях региона по направлению вуза. Резких скачков в динамике не наблюдается, что характерно для сферы образования.

Совокупность критериев цены находятся на уровне 50 – 60 %, при этом следует отметить снижение конкурентоспособности по цене, вызванное скачком стоимости обучения и сокращением бюджетных мест.

Уровень критериев сервиса был бы еще выше отмеченного значения, в случае строительства нового общежития и улучшения бытовых условий проживания в уже имеющихся корпусах общежитий, а также открытия военной кафедры и активизации работы отдела содействия в трудоустройстве.

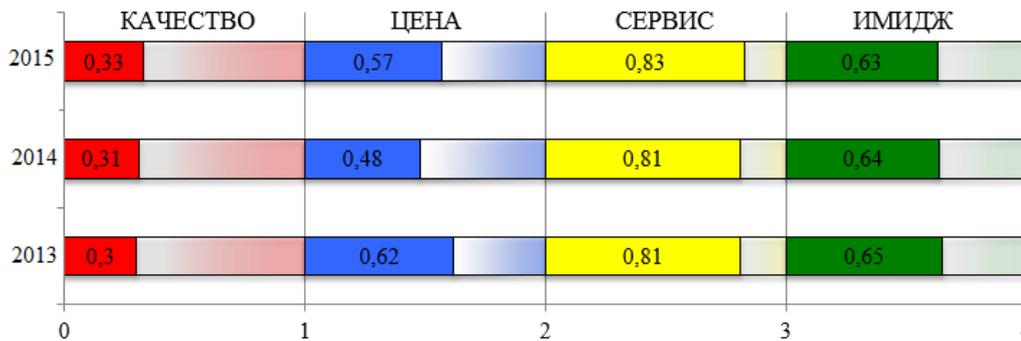


Рис. 2. Полоска конкурентоспособности БГТУ по факторам внутренней среды в динамике

Параметры имиджа в анализируемом периоде снижаются с 65% до 63%.

В дополнение к данным, полученным в ходе реализации методики оценки конкурентоспособности вуза по факторам внутренней среды, для более полного представления о текущем и прогнозируемом положении БГТУ предлагается определить его расположение на матрице позиционирования вузов по востребованности (рис.3).

В целях более полного представления о текущем и прогнозируемом положении БГТУ на региональном уровне на матрице позиционирования вузов по востребованности определены позиции крупнейших государственных вузов Брянской области.

Рыночная доля БГТУ в 2015 г. составляет 16%, что весьма существенно, если принять в расчет, что на территории Брянской области функционирует 4 государственных вуза и более 10 крупных филиалов.

В рамках полевых исследований, проведенных среди студентов, выпускников БГТУ и работодателей Брянской области изучались мнения потребителей образовательных услуг. Для проведения опроса были сформированы квотные детерминированные выборки из числа студентов экономических и технических специальностей БГТУ, и руководителей пред-

приятий региона. Выборка студентов составила 100 человек – студентов БГТУ, 100 человек – студентов брянских вузов, 25 выпускников, работодателей - 15.

Таким образом, на основе проведенной оценки конкурентоспособности БГТУ по факторам внутренней среды и на основе результатов полевых исследований разработан комплекс рекомендаций по повышению уровня конкурентоспособности БГТУ в региональном разрезе (рис.4).

Ввиду того, что любое мероприятие должно иметь обоснование целесообразности его реализации, в противном случае теряя свою ценность как реального инструмента повышения эффективности деятельности организации, предлагается прогноз оценки уровня конкурентоспособности БГТУ после реализации сформированного комплекса соответствующих рекомендаций.

Оценив конкурентоспособность БГТУ по факторам внутренней среды после осуществления комплекса мероприятий по её повышению, были получены следующие результаты:

- по фактору «Качество» - 0,42 (+ 0,09).
- по фактору «Цена» - 0,66 (+ 0,09).
- по фактору «Сервис» - 1,00 (+ 0,17).
- по фактору «Имидж» - 0,64 (+ 0,01).

Конкурентоспособность БГТУ по факторам внутренней среды = 2,72 (+ 0,35).

Результат оценки конкурентоспособности БГТУ по факторам внутренней среды в динамике представлен полоской конкурентоспособности вуза (рис.5).

Таким образом, предлагаемые мероприятия окажут положительное воздейст-

вие на уровень конкурентоспособности БГТУ, в результате чего она увеличится на 0,35. Данные результаты подтверждают целесообразность реализации совокупности предлагаемых мероприятий, демонстрируя аналитические возможности разработанной методики оценки конкурентоспособности высших учебных заведений, что и требовалось доказать.

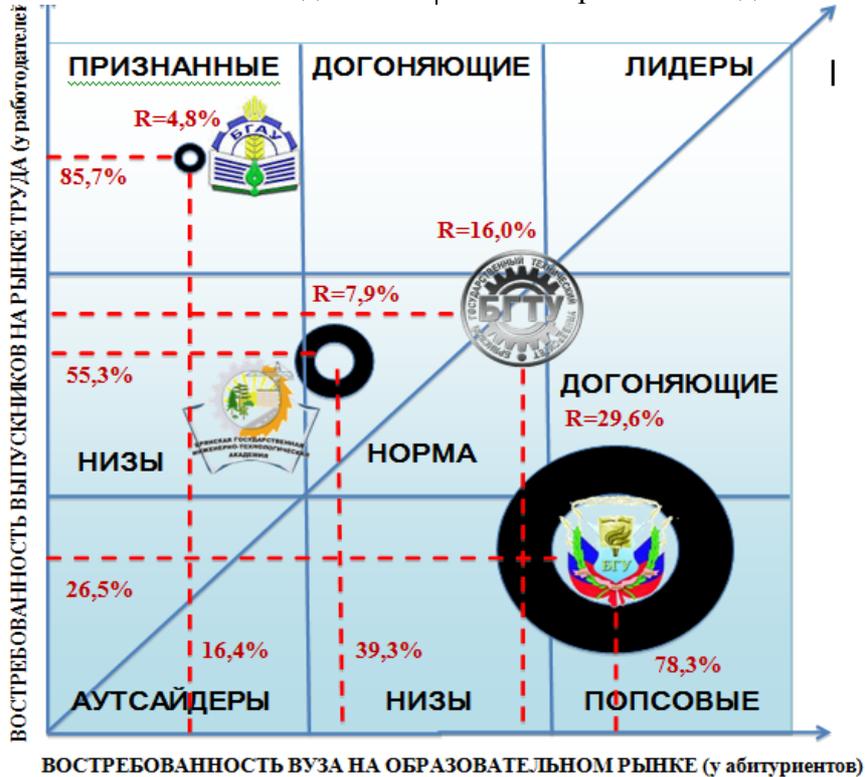


Рис. 3. Матрица позиционирования ключевых вузов Брянской области по востребованности в 2015 г.



Рис. 4. Комплекс рекомендаций по повышению конкурентоспособности БГТУ в региональном разрезе

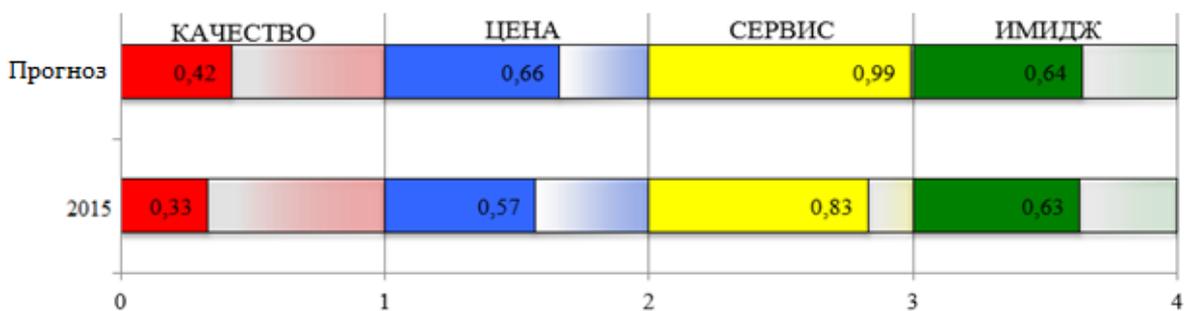


Рис. 5. Прогноз конкурентоспособности БГТУ по факторам внутренней среды

Заключение

Необходимо отметить, что данная методика создана в интересах потребителей, в частности абитуриентов, но из-за труднодоступности части используемой для анализа информации зачастую не может быть применена ими самостоятельно, поэтому предлагается взять данный оценочный подход на вооружение Департа-

менту образования и науки региона. Результатом реализации предлагаемой методики станет рейтинг вузов региона. Для самих вузов методика позволит выявить свои слабые стороны и определить правильную стратегию своего развития в условиях конкретного рынка и внутренних возможностей вуза.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лучшие вузы по востребованности выпускников работодателями [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/rankingtable/university/2014/tab02/>.
1. The best higher education institutions according to the demand of graduates by employers [An electronic resource]: - Access mode: <http://www.raexpert.ru/rankingtable/university/2014/tab02/>.
2. Брянский государственный технический университет (БГТУ) [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.tu-bryansk.ru>.
2. Bryansk State Technical University (BSTU) [An electronic resource]: - Access mode: <http://www.tu-bryansk.ru>.

Статья поступила в редколлегию 19.07.2016.

*Рецензент: д-р экон. наук, профессор,
зав кафедрой «Экономика, менеджмент
и социально-гуманитарные дисциплины»*

*Брянского филиала
Финансового университета
при Правительстве РФ*

Ожерельева Марина Викторовна

Сведения об авторах:

Мельковская Ксения Романовна

канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика, организация производства, управление»
Брянского государственного
технического университета
E-mail: mkr-copu@mail.ru

Melkovskaya Ksenia Romanovna

Can. Ec.,
Assistant Prof. of the Dep. "Economics, Organization
of Production, Running the Enterprise"
Bryansk State Technical University