

УДК 334.72

РАСШИРЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

¹Астахов В.В., ²Астахова Е.В.

¹Харьковский гуманитарный университет «Народная Украинская академия»,
Харьков, e-mail: vva@nua.kharkov.ua;

²Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
Владивосток, e-mail: evastahova1@yandex.ru

Центральным вопросом позиционирования вузов в современных экономических условиях является необходимость формирования конкурентной стратегии и конкурентных преимуществ. Статья раскрывает причины и рассматривает факторы возникновения и необходимости в предпринимательской деятельности вуза. Особое внимание уделено вопросам разработки стратегии конкурентоспособности вузов в условиях интеграционных процессов на рынке образования, а также открытости образования и мобильности. Систематизированы представления о стратегиях повышения конкурентоспособности вуза как рыночного института. В статье раскрыты принципы концепции непрерывного образования как одной из тенденций повышения конкурентоспособности вуза. Рассмотрены особенности деятельности вуза, определяющие вуз как конкурентоспособный субъект хозяйственной деятельности. Определены основные направления деятельности вуза для повышения конкурентоспособности вуза. Ключевым аспектом стратегии конкурентоспособности вуза является реализация концепции непрерывного образования и интеграции и в рамках «вуз – наука – бизнес».

Ключевые слова: институт образования, конкурентоспособность вуза, предпринимательская деятельность вуза, непрерывное образование, интернационализация вузов

COMPETITIVE ACTIVITIES OF UNIVERSITY IN THE CURRENT ECONOMIC CONDITIONS

¹Astakhov V.V., ²Astakhova E.V.

¹Kharkiv University of Humanities «Peoples Ukrainian Academy»,
Kharkiv, e-mail: vva@nua.kharkov.ua;

²Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, e-mail: evastahova1@yandex.ru

The article reveals the causes and factors of occurrence, and considering the need for entrepreneurial activities of the university. Particular attention is paid to the universities competitiveness strategy development in terms of education market integration processes, as well as opening up education and mobility. The university competitiveness as a market institution are systematized on strategies for improving. The article deals with the concept principles of lifelong education as one of the increasing the university competitiveness trends. The features as a competitive business entity of the university are determined. The main activities of the university to improve the competitiveness of the university are described. A key aspect of the university competitiveness strategy is the implementation on the concept of lifelong education and integration in the framework of the «university-science-business».

Keywords: education institute, university's competitiveness, university entrepreneurship, lifelong education, universities internationalization

Сегодня, в период глобализации и информатизации, образование является социально-экономическим институтом практической интеграции науки, бизнеса и знаний, формирования и развития человеческого капитала, который обеспечивает трансформацию социально значимой информации в знания, умения, навыки и компетенции. Экономика знаний как вид экономической деятельности и сфера хозяйствования образовательных учреждений приобретает все большую актуальность сегодня, обращая вузы в процесс конкурентных отношений. Интеграция образовательного пространства в рыночное хозяйство является необходимым следствием поиска и формирования новых конкурентных позиций в период жесткой конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг. Высшее учебное заведение как орга-

низация, производит и поставляет на рынок особый товар – образовательный продукт, который представляет собой совокупность образовательного товара и образовательной услуги, то есть конечных знаний, специальной профессиональной компетенции, квалификации, закрепленных в дипломе установленного образца, а также непосредственного процесса передачи знаний, умений, навыков, компетенций.

Уровень конкурентоспособности вуза является важнейшим фактором, позиционирования его в образовательном пространстве. Конкурентоспособность вуза следует рассматривать как сложную, многоаспектную категорию, не имеющую однозначного толкования. Университеты ведут борьбу за потребителя, статус, рейтинг, за получение более благоприятных экономических

условий, отстаивают интересы сложившихся на их базе научных школ, технологических платформ, ищут возможность для самостоятельного налаживания международных связей, пытаются повысить эффективность вузовских малых инновационных предприятий и обеспечить приемлемые условия для научно-образовательной и инновационно-предпринимательской деятельности [4].

Конкурентоспособность исследуется многими учеными. Так, Р.А. Фатхутдинов определяет конкурентоспособность вуза как его способность готовить специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу на конкретном внешнем или внутреннем рынке труда; разрабатывать конкурентоспособные новшества в своей области; вести эффективную воспроизводственную политику во всех сферах своей деятельности. Н.И. Пашенко определяет конкурентоспособность вуза как «его настоящие и потенциальные способности (возможности) по оказанию соответствующего уровня образовательных услуг, удовлетворяющих потребности общества при подготовке высококвалифицированных специалистов, а также потребности по разработке, созданию и реализации научно-методической и научно-технической продукции, как в настоящее время, так и в будущем» [1]. А.С. Малин главное значение придает наличию в вузе конкурентных преимуществ, таких как рациональная и эффективная структура; наличие в вузе системы управления качеством подготовки специалистов; наличие авторских образовательных программ, отлаженный инновационный учебно-воспитательный процесс, базирующийся на современной учебно-материально-технической базе; наличие гибкой системы научно-технического, административно-хозяйственного и бизнес-сотрудничества. А. Петерсонс определяет вуз как социально-экономическую систему, конкурентоспособность которой обеспечивается соответствующими государственными стандартами качества образовательных услуг; подтверждена удовлетворенность потребителей через общественное признание образовательного учреждения в системе рейтингов вузов, а также интеграции образовательного учреждения в международное академическое пространство посредством практической значимости реализуемых научно-исследовательских проектов, развития материально-технической и информационной базы; социально-психологической и административной стабильности коллектива [1].

В деятельности вузов можно выделить несколько стратегий повышения конкурентоспособности: горизонтальные и вертикальные интеграционные процессы.

Горизонтальные – предпринимательская деятельность вуза, расширение предоставляемых образовательных услуг, интернационализация образования и интеграция в международное образовательное пространство и интеграционные процессы «вуз – наука – бизнес». Вертикальная – внедрение концепции непрерывного образования, «школа – вуз – бизнес».

Выбор концепции непрерывного образования является одной из тенденцией повышения конкурентоспособности вуза, так как непрерывное образование, включая в себя все ступени образовательного процесса: от дошкольного образования до аспирантуры и последиplomного, придерживается принципа преемственности поколений и знаний. Общество видит в непрерывном образовании средство непосредственного расширения и воспроизводства интеллектуального и культурного потенциала, государство – ускорение социального и научно-технического прогресса, обеспечение стабильного развития производства. Развитие непрерывного образования явилось также инструментом инновационности рынка образования в формировании интеллектуального капитала. Перспективность развития непрерывного образования обусловлена возможностью интеграции всех традиционных и инновационных образовательных форм, видов и сфер образования в единое целое, что способствует формированию единой корпоративной образовательной политики, повышению конкурентоспособности образовательного комплекса. Кроме того, обеспечивает универсальную модель предоставления образовательных услуг, что позволяет вузу создать дифференцированную систему оплаты и таким образом получить максимальную экономическую выгоду. Концепция непрерывного образования крайне привлекательна для современных потребителей образовательных услуг, поскольку позволяет учащимся с самых ранних этапов обучения получать комплиментарные образовательные продукты, становясь конкурентоспособными субъектами рынка труда и работая впоследствии на положительный имидж вуза, который также является немаловажным фактором его конкурентоспособности.

Одним из направлений поиска новых решений в формировании конкурентоспособности вуза является тенденция интеграции образования, науки и бизнеса, приобретающая все большее значение и актуальность для каждого участника интеграционного процесса, одна из основополагающих тенденций построения предпринимательской деятельности вуза.

Экономическая выгода, получаемая в процессе ведения предпринимательской деятельности, позволяет развивать исследовательскую деятельность и обеспечивать высокое качество учебного процесса, и, поскольку именно предоставление образовательных услуг является основной функцией вуза, оказание этих услуг на платной основе есть приоритетное направление в предпринимательской деятельности вуза. Однако лишь оказанием платных образовательных услуг в большинстве случаев достичь необходимого уровня рентабельности вузу удастся не всегда. И данная проблема особенно актуальна для российских вузов, поскольку уровень жизни большинства населения не позволяет в полной мере воспользоваться платными образовательными услугами. Поэтому вузы вынуждены разрабатывать другие способы ведения предпринимательской деятельности, учитывающие не только профильные, образовательные возможности вуза, но и другие его ресурсы, а также основные общемировые экономические и научно-технические тенденции и требования рынка труда [5].

Предпринимательские аспекты интеграции науки, образования и бизнеса состоят в создании научно-технологических парков на базе вузов; коммерциализации прикладных научных исследований вузов; расширении возможностей привлечения внебюджетных источников финансирования, включая ресурсы венчурного капитала; создании и реализации новых образовательных программ совместно с предприятиями и иными бизнес-организациями; развитии внешнего образовательного и иного консалтинга, привлечении иностранных студентов к освоению различных образовательных программ на территории Российской Федерации, образовательной деятельности на территории иностранных государств, осуществление образовательных программ с иностранным капиталом, а также развитие научно-технологического и производственного сотрудничества [5]. Подобная тенденция определяет значительную часть доходов вуза, воплощаясь в создании научно-технологических парков, призванных выполнять функции сохранения научного потенциала вуза как базового фундамента интеллектуальной научно-теоретической базы стартапов в области высоких технологий, а также научно-исследовательских лабораторий для прикладной реализации проектов при непосредственном участии представителей бизнеса в роли инвесторов и потребителей научно-образовательного продукта.

Причем научно-образовательный продукт будет представлен интеллектуальным

капиталом – знаниями, навыками и производственным опытом выпускников вуза, а также созданными нематериальными активами, включая патенты, базы данных, программное обеспечение, товарные знаки и др., что будет способствовать росту производительности, прибыли и других экономических и технических результатов государства в целом. Кроме того, создаваемый интеграционным объединением «вуз – наука – бизнес» влечет развитие научно-технических проектов и инноваций, развития международных научно-технических связей трансферт отечественных технологий на зарубежный рынок, поддержки студенческих стартапов в области наукоемкого предпринимательства, формирование инновационной культуры выпускников, помогая университету использовать результаты научной деятельности для получения прибыли (научная библиотека диссертаций и авторефератов [5]).

Таким образом, значительное влияние на конкурентоспособность университета оказывает как наличие в его структуре конкурентоспособных научных школ, малых инновационных предприятий, так и способность органов управления университета создавать благоприятные условия для получения высшего образования и осуществления научной и инновационно-предпринимательской деятельности с целью достижения и удержания конкурентных преимуществ вуза в определенных областях. Успех вуза в конкурентной борьбе требует от него развития отличительных особенностей и компетенций, позволяющих ему побеждать в конкуренции за потребительский спрос. В условиях глобальной конкуренции первостепенным является не столько формирование внешнего имиджа успешного вуза, сколько внутренние условия для образовательной, научной и инновационно-предпринимательской деятельности студентов и сотрудников. Университет должен быть привлекательным прежде всего для своих студентов и сотрудников, так как в противном случае его ожидает отток высококвалифицированных кадров в другие вузы, регионы, страны [4].

При оценке существующего инновационного потенциала самого вуза выделяются лишь несколько общих параметров. Во-первых, существующее состояние инновационного потенциала вуза, которое описывается в динамике за последние три года с указанием конкретных достижений за каждый год и общим итоговим выводом о качестве прироста инновационного капитала за анализируемый период. Во-вторых, существующее состояние инновационного потенциала высшего учебного заведения

оценивается по следующим характеристикам: эффективность научной и инновационной деятельности; эффективность подготовки кадров для инновационной образовательной деятельности и экономики; интеллектуальный потенциал высшего учебного заведения; поддержка инновационной деятельности материальной и информационной базой [7].

Интернационализация образования является не только условием его инновационного развития, но и фактором выживания в меняющейся социально-экономической среде. Перспективы современных университетов на рынке образовательных услуг во многом зависят от того, насколько удачно они впишутся в глобальные процессы интернационализации. Успешная международная стратегия университета является ресурсом повышения его конкурентоспособности, дополнительным источником финансирования, фактором повышения престижа в национальном и международном масштабе. Интернационализация образования сосредоточена на диверсификации и росте финансовых поступлений через привлечение иностранных студентов, академической мобильности, образовательных и научных обменов университетов, которые включают обменные программы (обмен студентами, магистрантами и преподавателями между вузами, обучение их за рубежом); обучение иностранных студентов (краткосрочные курсы, семестровые программы, краткосрочные программы по изучению языка; летние и зимние школы по специальности; языковые и иные стажировки; краткосрочные курсы по специальности [2]. Конкурентные преимущества вуза классифицированы по следующим параметрам:

1) качественного характера – эффективной организацией учебно-методической работы и высоким качеством образовательных услуг: современные технологии обучения, регулярное повышение квалификации профессорско-преподавательского состава, высокое качество учебно-методической работы, оснащенность компьютерами, использование современных информационных технологий в учебном процессе и создание учебно-производственных комплексов непрерывного образования, университетских комплексов, вхождение в структуру федеральных университетов, участие в образовательных кластерах и т.п.;

2) структурного характера: возникают за счет эффективного использования возможностей вертикальной и горизонтальной интеграции вуза с его партнерами – создание учебно-производственных комплексов непрерывного образования, университет-

ских комплексов, вхождение в структуру федеральных университетов, участие в образовательных кластерах и т.п.;

3) административного и территориального характера: преимущества, возникающие у отдельных вузов, у региональных вузов по сравнению с филиалами столичных на их территории благодаря использованию административного (местного) ресурса. Развитость транспортной, коммуникационной, информационной и других подсистем инфраструктуры региона позволяет вузам получать преимущества при ее использовании. Очевидно, что наиболее развитая инфраструктура характерна для столичных и крупных российских городов, что дает преимущества в ее использовании находящимся там вузам. Развитая научная деятельность позволяет вузу привлекать ресурсы в виде грантов и других методов целевого финансирования НИОКР. Развитая научная деятельность является основой формирования высококвалифицированного штата профессорско-преподавательского состава и качества учебно-методической работы, напрямую влияющих на качество образовательной услуги [6].

Несмотря на необходимость вуза в расширении конкурентных преимуществ, целью формирования стратегии вуза как организации, функционирующей на рынке образовательных услуг, является не только победа в конкурентной борьбе, но и обеспечение стабильного развития, согласованного с эволюцией внешней и внутренней среды вуза. Функционирование вуза должно сопровождаться активацией инновационных и воспроизводственных процессов, что связано, прежде всего, с мониторингом потребностей в изменениях каких-либо параметров деятельности, направленной на повышение эффективности учебного заведения. Механизм формирования стратегии эффективного функционирования на рынке образовательных услуг включает: формулирование миссии (стратегическая цель и предназначение), выявление потребностей, анализ факторов внешней и внутренней среды, применение инновационных инструментов, принципов и методов экономики и управления, обеспечение сбалансированности и качества внешнего и внутреннего маркетинга организации. Организация деятельности высшего учебного заведения должна быть направлена на поиск возможностей и путей сотрудничества с другими организациями, функционирующими на рынке образовательных услуг, что может быть также осуществимо в русле формирования потенциальных конкурентных преимуществ.

Таким образом, стратегия повышения конкурентоспособности вуза представляет собой комплексную концепцию, отражающую превосходство перед вузами-конкурентами по качеству предоставляемых образовательных услуг, способность успешно реализовывать существующие и внедрять новые инновационные образовательные программы, использовать современные информационно-коммуникационные технологии и своевременно реагировать на изменяющиеся условия внешней среды, что сводится к разработке и расширению вузом конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. Баталова О.С. Конкурентоспособность вуза на рынке образовательных услуг / О. С. Баталова // Молодой ученый. – 2010. – № 10. – С. 53–58.
2. Гарусова Л.Н., Сухая А.Е. Интернационализация высшего образования и международная деятельность университетов российского дальнего востока [Электронный ресурс] // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2014. – № 2 (25) – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internatsionalizatsiya-vysshego-obrazovaniya-i-mezhdunarodnaya-deyatelnost-universitetov-rossijskogo-dalnego-vostoka#ixzz3imv7mBFk>.
3. Екшикеев Т.К. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества вуза. [Электронный ресурс] // Проблемы науки и образования. – 2009. – № 4 (32). – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2925>.
4. Емельянова Е.А., Ерохина Е.А., Казаков В.В. Инновационно-предпринимательская деятельность и механизмы повышения конкурентоспособности вузов. Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 4. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/pdf/2013/1/140.pdf>.
5. Лобов В.Г. Предпринимательская деятельность высшего учебного заведения в российской системе образования [Электронный ресурс] // Электронная библиотека диссертаций – Режим доступа: <http://www.dissertat.com/content/predprinimatelskaya-deyatelnost-vysshego-uchebnogo-zavedeniya-v-rossijskoi-sisteme-obrazovan#ixzz3hD3EFghl>.
6. Подопригра М.Г. Механизм стратегического управления конкурентоспособностью вуза на рынке образовательных услуг на основе бенчмаркинга и методики распознавания образов. [Электронный ресурс] – Режим доступа:

монография. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2011. – 216 с. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m244/2_2.htm.

7. Якимова З.В. Анализ критериев конкурсной программы инновационных вузов // Менеджмент качества и инновации-2011: Тезисы докладов четвертой региональной научно-практической конференции. 17–18 ноября 2011 г. – Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого, 2011. – С. 126–129. – Режим доступа: <http://www.in-nov.ru/doc/conf-uk-ii-nov-2011.pdf>.

References

1. Batalova O.S. Konkurentosposobnost vuza na rynke obrazovatelnyh uslug / O. S. Batalova // Molodoy uchenyj. 2010. no. 10. pp. 53–58.
2. Garusova L.N., Suhaja A.E. Internatsionalizatsiya vysshego obrazovaniya i mezhdunarodnaya dejatel'nost universitetov rossijskogo dalnego vostoka [Elektronnyj resurs] // Territorija novyh vozmozhnostej. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta jekonomiki i servisa. 2014. no. 2 (25) Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/internatsionalizatsiya-vysshego-obrazovaniya-i-mezhdunarodnaya-deyatelnost-universitetov-rossijskogo-dalnego-vostoka#ixzz3imv7mBFk>.
3. Ekshikeev T.K. Konkurentosposobnost i konkurentnye preimushhestva vuza. [Elektronnyj resurs] // Problemy nauki i obrazovaniya. 2009. no. 4 (32). Rezhim dostupa: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2925>.
4. Emeljanova E.A., Erohina E.A., Kazakov V.V. Innovatsionno-predprinimatelskaja dejatel'nost i mehanizmy povysheniya konkurentosposobnosti vuzov. Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. 2015. no. 4. Rezhim dostupa: <http://www.science-education.ru/pdf/2013/1/140.pdf>.
5. Lobov V.G. Predprinimatelskaja dejatel'nost vysshego uchebnogo zavedeniya v rossijskoj sisteme obrazovaniya [Elektronnyj resurs] // Elektronnaja biblioteka dissertacij Rezhim dostupa: <http://www.dissertat.com/content/predprinimatelskaya-deyatelnost-vysshego-uchebnogo-zavedeniya-v-rossijskoi-sisteme-obrazovan#ixzz3hD3EFghl>.
6. Podoprigora M.G. Mehanizm strategicheskogo upravleniya konkurentosposobnostju vuza na rynke obrazovatelnyh uslug na osnove benchmarkinga i metodiki raspoznavaniya obrazov. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: monografiya. Taganrog: Izd-vo TTI JuFU, 2011. 216 s. Rezhim dostupa: http://www.aup.ru/books/m244/2_2.htm.
7. Jakimova Z.V. Analiz kriteriev konkursnoj programmy innovatsionnyh vuzov // Menedzhment kachestva i innovatsii-2011: Tezisy dokladov chetvertoj regionalnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. 17–18 nojabrja 2011 g. Velikij Novgorod: NGU im. Jaroslava Mudrogo, 2011. pp. 126–129. Rezhim dostupa: <http://www.in-nov.ru/doc/conf-uk-ii-nov-2011.pdf>.