

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Формирование подхода к оценке конкурентоспособности высшего учебного заведения

Еремеева Мария Александровна

Студент

*Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева,
Новомосковский филиал, Факультет экономики и управления, Донской, Россия
E-mail: mashaeremeeva@rambler.ru*

В настоящее время проблемам оценки, поддержки и повышения конкурентоспособности высших учебных заведений уделяется большое внимание. В широком смысле это можно связать с социально-экономическими преобразованиями, происходящими в стране, в частности следует отметить появление большого количества негосударственных высших учебных заведений в сфере высшего образования России, а так же вхождение нашей страны в единое образовательное пространство Европейского Союза. В сложившихся условиях появляется необходимость объективной единой оценки такого параметра как конкурентоспособность ВУЗа. Понятие конкурентоспособности очень объемное и включает в себя очень много разных факторов, что обуславливает отсутствие единого подхода для определения данного понятия, но все же суть определений, представленных в различных литературных источниках схожа.

Конкурентоспособность высшего учебного заведения - комплексная характеристика ВУЗа за определенный период времени в условиях конкретного рынка, отражающая превосходство перед конкурентами по ряду определяющих показателей – финансово-экономических, маркетинговых, материально-технических, кадровых и социально-политических, а также способность ВУЗа к бескризисному функционированию и своевременной адаптации к изменяющимся условиям внешней среды [1]. На данный момент существует великое множество различных подходов к оценке конкурентоспособности ВУЗа, основное различие здесь в трактовках параметров входящих в понятие конкурентоспособности. По одной из трактовок к основным параметрам конкурентоспособности можно отнести: качество образования; внутрикорпоративная среда; внешний имидж; маркетинговые факторы; востребованность выпускников на рынке труда. Существует так же еще одна классификация критериев оценки конкурентоспособности субъектов на рынке образовательных услуг: вид высшего учебного заведения (университет, институт, академия); структура образовательного товара: внешняя (включает специальности, по которым в ВУЗе проводится обучение); внутренняя (формируется выпускными кафедрами, охватывает весь перечень дисциплин по различным специальностям и обладает синергетическим эффектом); величина коэффициента обновления образовательных продуктов в процессе обучения индивида (коэффициент использования в образовательном процессе новых знаний, полученных в результате фундаментальных и прикладных исследований); уровень предпринимательских и интеллектуальных способностей производителей образовательных товаров (ректор, проректор, декан, заведующий кафедрой); уровень интеллектуальных способностей производителей образовательных продуктов разных академических степеней (доктор, кандидат, магистр).

Использование разных трактовок в различных учебных заведениях вызывает некоторую субъективность при анализе конкурентной среды. В связи с этим необходимо

разработать единую для всех образовательных учреждений методику оценки конкурентоспособности, что позволит ВУЗам выявлять свои сильные и слабые стороны по сравнению с конкурентами, а так же позволит составить некоторый рейтинг ВУЗов для потребителей образовательных услуг. Предпочтение следует отдать методике экспертных оценок с помощью расчета интегральных показателей. То есть, в данном случае, следует разработать перечень универсальных для всех высших учебных заведений критериев, которые будут отражать основные факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность учебного заведения. Примерный перечень элементов составляющих конкурентоспособности, по мнению авторов, должен включать в себя три группы: конкурентный статус в восприятии абитуриентов, конкурентный статус в восприятии внутренней среды ВУЗа, конкурентный статус в восприятии внешнего окружения ВУЗа.

Конкурентный статус высшего учебного заведения в восприятии абитуриентов является одной из самых важных составляющих конкурентоспособности. Так как именно абитуриенты, осуществляя свой выбор в пользу того или иного образовательного учреждения, делают его востребованным, то есть другими словами формируют конкурентоспособность ВУЗа. В данную группу следует включить такие показатели как качество услуг предоставляемых ВУЗом, цена контрактного обучения, наличие престижных специальностей, возможность творческой и научной реализации.

Конкурентный статус высшего учебного заведения в восприятии внутренней среды позволяет выявить удовлетворенность руководящего и профессорско-преподавательского состава своим ВУЗом, что так же очень важно для эффективной работы. Удовлетворенность своим трудом, работа в комфортных условиях, где каждый работник может проявить себя, способствует личностному развитию, а так же творческому и научному росту, а так же способствует привлечению новых высококвалифицированных научных сотрудников, что способствует повышению устойчивого конкурентного положения учебного заведения. Данная группа показателей включает в себя наличие высококвалифицированного профессорско-преподавательского состава, участие профессорско-преподавательского состава, сотрудников, студентов в научно-исследовательской работе, наличие системы подготовки руководящего, профессорско-преподавательского состава к работе, наличие оснащенных современным оборудованием учебных аудиторий, оснащенность ВУЗа современным программно-вычислительным оборудованием, внешний облик ВУЗа, морально-психологический климат в среде сотрудников ВУЗа.

Конкурентный статус высшего учебного заведения в восприятии внешнего окружения представляет собой важную составляющую, так как пользователями «продукта», выпускаемого ВУЗом, является именно внешняя среда, она получает специалистов, по качеству знаний которых, впоследствии формирует понятие о конкурентоспособности того или иного ВУЗа. В состав данной группы показателей входит востребованность выпускников данного ВУЗа, наличие студенческих организаций внутри ВУЗа, участие в областных и городских конкурсах различной тематики, участие в проведении различного рода проектов, наличие сплоченного коллектива.

После определения перечня критериев проводится интегральная оценка, которая представляет собой процесс анализа показателей конкурентоспособности, состоящий из нескольких этапов. На первом этапе происходит определение весов данных показателей конкурентоспособности, то есть дается оценка их важности по отношению ко всему списку показателей, оценка производится в долях единицы. На втором этапе происходит

экспертная оценка данного образовательного учреждения по каждому из показателей. На третьем этапе проводят интегральную оценку, то есть находят произведение веса фактора на его экспертную оценку для всех факторов. Исходя из полученной оценки, делают выводы о конкурентоспособности высшего учебного заведения.

Кроме того, при выборе ВУЗа потенциальные студенты чаще всего обращают внимание на индивидуальный подход, гибкое расписание, уникальные программы и методы обучения, комфорт, условия обучения, удобство месторасположения, что должно быть обязательно учтено ВУЗом при разработке конкурентной позиции.

Литература

1. Лазарев В.А., Мохначев С.А. Конкурентоспособность вуза как объект управления. Екатеринбург. - 2003.