

Современный инструментарий исследования и оценки конкурентоспособности вуза

А. ХАРИСОВА

Д. Рикардо в работе «Начала политической экономии» подчеркнул, что «беды народа происходят и от недостатка образования во всех слоях народа. Чтобы последний стал счастливее, надо только улучшить систему управления и обучения, и тогда капитал неизбежно будет увеличиваться быстрее, чем население» [4, 171].

Знания населения являются ресурсом и источником богатства любого государства. Включение системы российского образования в мировое образовательное пространство предполагает формирование эффективно функционирующего рынка услуг в сфере высшей школы, что, в свою очередь, обуславливает необходимость информации о конкурентоспособности вузов и соответствующего инструментария ее объективной оценки, учитывающей запросы всех потребителей образовательных услуг.

В современном обществе, в отличие от доиндустриального, в котором система образования была нацелена в основном на воспроизводство и сохранение культуры, знаний и опыта всех поколений, сфера образования является важнейшим условием реализации культурных и социальных трансформаций. Вторую половину XX в. называют эпохой культурной и образовательной революции по той причине, что система образования становится ключевым фактором общественного прогресса. Реформы системы образования, задача которых заключалась в упрочении материально-технической базы, повышении эффективности ее функционирования на основе новых информационных технологий и гуманизации образовательного процесса во всех промышленно развитых странах мира, характеризуют 1960–1980-е годы. Превращение системы образования в дифференцированную многоступенчатую (начальное, среднее и высшее образование) позволяло личности непрерывно улучшать и обновлять полученные ранее знания, навыки и умения (здесь важная роль отводилась учреждениям, занятым повышением квалификации и переподготовкой кадров) и явилось наиболее существенным результатом реформ системы образования. Так, расширение сферы образовательных услуг высшей школы актуализировало вопрос конкурентоспособности структур данной сферы.

Исследователи данной проблемы уделяли огромное значение роли образовательных услуг, но при этом практически не разработаны теоретико-методологические подходы к определению ценности образования. Ценностный подход является новым развивающимся подходом в экономической теории. Актуальность данного подхода обусловлена индивидуально мотивированным, пристрастным отношением человека к уровню и качеству своего образования. В связи с этим конкурентоспособным можно считать вуз, предоставляющий более ценное образование, позволяющее впоследствии потребителям образовательных услуг получить значительные блага и материальные выгоды. Абитуриент, выбирая вуз, ожидает, что ему будет обеспечено такое качество обучения, благодаря которому в дальнейшем он сможет устроиться на высокооплачиваемую и престижную работу. А это повышает ценность образования в глазах общественности (тех же самых абитуриентов, работодателей). В свою очередь, работодатели принимают на работу выпускников тех заведений, которые обеспечивают высокое

Харисова Айгуль Забировна, канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры финансов, бухгалтерского учета и анализа Башкирской академии государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан. E-mail: harisovaaigul@bk.ru

качество обучения, а значит, формируют у обучающихся необходимые компетенции, так как это позволяет улучшить экономические характеристики организации, то есть увеличиваются объемы продаж инновационной продукции, что способствует получению дохода и прибыли. В итоге ценность высшего образования, с позиции государства, будет значительнее, когда вложения в данную сферу приведут к увеличению объема производства инновационной продукции и налоговых доходов, которые затем также будут перераспределены, в частности, в сферу образования. Все три «слоя» ценности образования – ценность государственная, ценность общественная (ценность для работодателя) и ценность личностная – находятся во взаимосвязи и представляют собой интегрированную ценность образования. При этом государственная и общественная ценность образования включают в себя коллективную, групповую значимость. Ядром интегрированной ценности образования является личностная ценность.

В настоящий момент основным потребителем образовательной услуги является абитуриент, который определяет конкурентоспособность вуза исходя из собственного понимания ценности для него полученного образования в том или ином образовательном учреждении высшей школы.

Для разработки современного инструментария оценки конкурентоспособности вуза необходимо рассмотреть факторы, воздействующие на нее.

Структуру факторов, обеспечивающих конкурентоспособность вуза, позволяет расширить ценностный процессно-ориентированный подход, благодаря которому можно дать более объективную оценку конкурентоспособности. Данный подход позволяет рассматривать образовательный процесс вуза как структуру, состоящую из трех последовательных и взаимосвязанных уровней: «абитуриент – бакалавр», «бакалавр – магистр (специалист)» и «магистр (специалист) – аспирант». В такой системе наблюдается обратная связь, поступающая с выхода каждой подсистемы на ее вход. Факторами, обеспечивающими обратную связь и тем самым повышающими целостность и непрерывность системы образования, являются личностная ценность обучения и качество обучения. Именно они формируются на каждом уровне обучения студентов.

Результаты проведенного нами анкетирования позволили выявить, что, помимо вышеперечисленных факторов, на выбор абитуриентами того или иного уровня обучения в вузе также влияют следующие факторы: цена обучения, цена дополнительных издержек в период обучения, инновационность вуза, наличие бюджетных мест и качество обслуживания студентов (*Кобсл*).

Применение комплекса интегральных показателей оценки конкурентоспособности вуза на основе процессно-ориентированного подхода даст возможность определить долю вуза на рынке образовательных услуг и исследовать возможности по улучшению его стратегической позиции.

В рыночных условиях конкурентоспособность любого социально-экономического объекта оценивается через показатель занимаемой им доли рынка, то есть оценка конкурентоспособности вуза возможна при определении доли, которую вузы занимают на рынке образовательных услуг (формула (1)):

$$K_i = (N_i / N_{oi}) \times 100 \%, \quad (1)$$

где K_i – конкурентоспособность вуза на i -м уровне выпуска специалистов; N_i – количество трудоустроившихся выпускников данного вуза; N_{oi} – общее количество выпускников всех вузов; i – номер уровня подготовки ($i = 1, 2, 3$).

Показатель C_j как один из факторов в структуре конкурентоспособности вуза отражает необходимость улучшения его стратегической позиции не только за счет увеличения притока абитуриентов, но и за счет повышения числа выпускников, устроившихся на работу.

$$C_j = (N_i / N_{oi}) \times 100 \%. \quad (2)$$

На формирование значения показателя $Ц_j$, определяющего конкурентоспособность вуза на рынке труда, влияют и такие факторы, как $Ц_{li}$ и качество обучения $Кобуч_i$, которые определяются по известной всем формуле. Для отражения взаимосвязи между $Ц_i$ и совокупностью факторов $Ц_{li}$ и $Кобуч_i$ предлагается аналитическое выражение:

$$Ц_j = \alpha_{1i} Ц_{li} + \alpha_{2i} Кобуч_i, \quad (3)$$

где α_{1i} и α_{2i} – коэффициенты, определяющие степень влияния показателей $Ц_{li}$ и $Кобуч_i$ на $Ц_j$ при их увеличении/уменьшении на 1 %.

Качество обслуживания, которое определяется по формуле (4), входит в состав аналитического выражения конкурентоспособности вуза (5):

$$Кобсл_i = \sum_{q=1}^T J_{qi} \beta_{qi}. \quad (4)$$

Ситуация на рынке труда подталкивает абитуриентов к выбору именно того вуза, выпускники которого лучше всего трудоустраиваются и качество обучения студентов в котором выше. В связи с этим показатель K_i должен включать $Ц_j$ и совокупность вышеперечисленных факторов и может быть представлена в виде данного аналитического выражения (5):

$$K_i = \gamma_{1i} Ц_j + \gamma_{2i} X_{1i} + \gamma_{3i} X_{2i} + \gamma_{4i} X_{3i} + \gamma_{5i} K_{инн_i} + \gamma_{6i} Кобсл_i, \quad (5)$$

где γ_{1i} , γ_{2i} , γ_{3i} , γ_{4i} , γ_{5i} , γ_{6i} – коэффициенты, определяющие степень влияния показателей $Ц_j$, X_{1i} , X_{2i} , X_{3i} , $K_{инн_i}$, $Кобсл_i$ при их увеличении/уменьшении на i -м уровне обучения на 1 %; X_{1i} – цена услуги по обучению на i -м уровне; X_{2i} – цена дополнительных издержек при обучении на i -м уровне; X_{3i} – количество бюджетных мест для i -го уровня обучения; $K_{инн_i}$ – коэффициент инновационности на i -м уровне обучения.

Таким образом, комплекс показателей, приведенных в формулах (3) и (5), представляет собой совокупность аналитических выражений для оценки конкурентоспособности вуза каждой подсистемы или уровня обучения.

В качестве примера использования комплекса показателей первого уровня обучения в Уфимском государственном авиационном техническом университете Республики Башкортостан были получены следующие аналитические данные:

Общественная ценность образования в вузе:

$$Ц_1 = 2,55 Ц_{л1} + 0,17 Кобуч_1 - 2,96. \quad (6)$$

Конкурентоспособность вуза:

$$K_i = 0,77 Ц_1 - 0,98 X_{11} - 2,67 X_{2i} + 0,15 X_{3i} + 4,92 K_{инн_i} + 0,63 Кобсл_i. \quad (7)$$

Оценка конкурентоспособности всегда предполагает сравнение значений показателей. В связи с этим произведены расчеты по построению сопоставительного комплекса показателей ценности образования в вузе (8) и конкурентоспособности (9) Уфимского государственного нефтяного технического университета.

Аналитические выражения по Уфимскому государственному нефтяному техническому университету:

Общественная ценность образования в вузе:

$$Ц_1 = 0,45 Ц_{л1} + 0,69 Кобуч_1 - 0,93. \quad (8)$$

Конкурентоспособность вуза:

$$K_i = 4,06 Ц_1 - 0,23 X_{11} - 1,93 X_{2i} + 0,02 X_{3i} + 14,58 K_{инн_i} + 4,33 Кобсл_i - 0,79. \quad (9)$$

Результаты расчетов позволяют сделать вывод о том, что такой фактор, как качество обучения, в УГАТУ по сравнению с УГНТУ имеет меньшее числовое значение в показателе ценности обучения (0,57 и 0,75, соответственно). Ценность обучения в УГАТУ и УГНТУ имеет примерно одинаковое значение (0,2 и 0,27). Имеются и незначительные различия в показателях факторов конкурентоспособности этих вузов: так, например, по значению таких показателей, как ценность обучения и качество обслуживания, УГНТУ опережает УГАТУ.

Нами рассчитан также комплекс интегральных показателей (10) и (11) по государственным вузам РБ в целом.

Аналитическое выражение общественной ценности высшего образования в РБ выглядит следующим образом:

$$Ц = 2,6ЦП1 + 0,20Кобучи - 2,70. \quad (10)$$

Аналитический вид конкурентоспособности вузовской системы РБ:

$$К1 = 0,43 Ц1 - 0,017 X11 - 0,061 X2i + 0,1 X3i + 0,25 Киннi + 0,04Кобслi - 0,50 \quad (11)$$

Предложенный процессно-ориентированный алгоритм исследования конкурентоспособности вуза позволяет оценить и исследовать конкурентоспособность любого вуза на всех этапах обучения, а также принимать обоснованные решения об инвестировании средств в «проблемные зоны» процесса оказания образовательных услуг. Алгоритм позволяет выявить слабые уровни системы, влияющие на конкурентоспособность вуза в целом, так как система является целостной, состоящей из ряда взаимосвязанных уровней. При подобных расчетах возможны варианты, требующие принятия определенных управленческих решений, которые отражены в предложенном процессно-ориентированном алгоритме.

Если конкурентоспособность следующего уровня (подпроцесса) выше показателей предыдущего уровня, то можно сделать вывод о повышении конкурентоспособности вуза. В этом случае необходимо исследование факторов модели с последующей разработкой мер по повышению конкурентоспособности.

В случае применения процессно-ориентированного подхода при исследовании ценности образовательных услуг данного вуза необходимо использовать предложенные интегральные показатели для расчета личностной ценности образования, общественной ценности образования и конкурентоспособности вуза на всех этапах предоставления образовательных услуг. В связи с этим следует использовать процессно-ориентированный подход при оценке и исследовании конкурентоспособности вуза.

Механизм реализации модели должен базироваться на эффективном взаимодействии государственных структур управления и вуза. Основой реализации данного механизма в вузе является учет общих ценностей, лежащих в основе всех внутривузовских отношений, в том числе отношений между студентами и преподавателями. Предлагаемая модель призвана работать на повышение конкурентоспособности сферы образовательных услуг высшей школы как ценности в современных условиях стремительного роста информационных потоков и темпа социальных изменений.

Предложенный процессно-ориентированный алгоритм оценки и исследования существующего состояния вуза позволяет проводить многовариантные расчеты пока-

зателей конкурентоспособности при ожидаемых значениях факторов, определяющих состояние вуза, рынка образовательных услуг и рынка труда. Инструментарий дает возможность определить связь показателя конкурентоспособности вуза с наиболее значимыми факторами и отразить его долю на рынке образовательных услуг. В числе факторов, введенных в структуру показателя конкурентоспособности вуза, необходимо выделить фактор общественной ценности образования, акцентирующий внимание руководителей вузов на возможности усиления конкурентоспособной позиции также за счет повышения числа трудоустроившихся выпускников.

Механизм оценки конкурентоспособности вуза может быть основан на создании базы данных, включающей в себя результаты мониторинга потребителя образовательных услуг вуза – от абитуриента до выпускника – на всех этапах обучения; на обработке данных с использованием комплекса интегрированных показателей и определением каждого фактора, по которому требуется коррекция; на принятии соответствующих мер на всех уровнях управления конкурентоспособностью вуза с учетом потребностей личности, работодателя, государства. Данная методика может стать основным современным инструментарием в управлении конкурентоспособностью вуза. Процессно-ориентированный подход, в отличие от всех остальных методик, несмотря на такое свойство образовательной услуги, как отложенность во времени, позволяет рассчитать каждый отдельно взятый фактор на определенном этапе. Данный метод позволит разработать более детализированный план формирования управленческих решений.

Таким образом, оценка конкурентоспособности вуза должна быть процессно-ориентированной и основываться на ценностном подходе. Предложенная методика достаточно проста в применении, поскольку основана на несложных методах сбора и обработки данных, в ней устранены недостатки других методик, в которых не учитываются личностные и общественные ценности участников образовательного рынка. Несмотря на различия вузов, которые могут использовать различные модели потребительской ценности в зависимости от профиля вуза, методика является универсальной и позволяет оценить, исследовать и усилить конкурентные позиции вуза.

Литература

1. Кожухар В.М. К определению содержания образовательной услуги // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 3. С. 108–110.
2. Колесов В. Рынок образовательных услуг и ценности образования (Между ВТО и Болонским процессом) // Высшее образование в России. 2006. № 2. С. 3–8.
3. Лукашенко М. «Конкуренция» на рынке образовательных услуг текст // Высшее образование в России. 2006. № 9. С. 47–56.
4. Поланьи К. Прошлое, настоящее, будущее / под общ. ред. Р.М. Нуреева. М.: ГУ ВШЭ, 2006. 406 с.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства. М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. 591 с.
6. Харисова А.З., Амирханова Л.Р. Современный инструментарий оценки конкурентоспособности вуза на основе процессно-ориентированного подхода: монография. Уфа, БАГСУ, 2014. 170 с.