

УДК 338
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ НА
РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

С. Л. КОМАРОВА, И.А. ЛУГОВАЯ

Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

Усиление конкуренции на рынке образовательных услуг повлияло на условия функционирования системы высшего образования. Рост численности учреждений образования, ухудшающаяся демографическая ситуация, уменьшение бюджетных мест и рост платы за обучение обостряют конкуренцию между вузами за абитуриентов. Поэтому для продолжения успешной работы вуз должен выявлять резервы повышения конкурентоспособности и спроса на оказываемые услуги.

Главными показателями деятельности учреждения образования становятся: востребованность вуза и степень удовлетворенности потребителя. Как следствие, вузы должны научиться измерять эти показатели. Если востребованность можно оценить с помощью количества подавших документы абитуриентов (или конкурса), то удовлетворенность необходимо оценивать специальными методами. Специфика оценки конкурентоспособности вуза заключается в том, что она может быть оценена тремя группами потребителей: абитуриентами, работодателями, государственными заказчиками. Сегодня оценка конкурентоспособности – это проведение внутренней самооценки вузов, которым предстоит государственная аттестация или аккредитация. Такой подход оправдан с точки зрения контроля за деятельностью вуза со стороны руководящих органов высшего образования, однако, не дает возможности выработать эффективную стратегию поведения вуза на рынке в условиях быстро меняющихся рыночных отношений.

Цель проведения оценки состоит в определении конкурентного положения вуза на рынке. После чего необходимо разработать конкретные мероприятия по повышению конкурентоспособности: сформировать ассортиментную и ценовую политики, программы выхода на новые сегменты рынка, привлечения средств инвесторов и др. Проблема оценки конкурентоспособности заключается в том, что отсутствует достаточно четкая и обоснованная система факторов, определяющих, с одной стороны, конкурентоспособность отдельных образовательных услуг, а с другой, учебного заведения в целом.

Для оценки конкурентоспособности учебного заведения в целом существуют так называемые «глобальные рейтинги», в которых сравниваются лучшие вузы мира, что позволяет узнать лидеров и аутсайдеров. Приоритет отдается, в основном, оценке достижений университетов в сфере исследований и разработок, при этом вопросу оценки

качества образования практически не уделяется внимания. В отличие от западных, для белорусских университетов основной задачей является именно предоставление качественного образования, соответствующего образовательным стандартам и потребностям рынка труда.

В Беларуси нет национального рейтинга вузов, хотя законодательством в системе образования выделяется десятка ведущих университетов (в национальной системе образования, в отрасли).

Имидж и известность вуза на мировом рынке тесно связаны с информационной открытостью и маркетинговой активностью. Негативно сказаться на имидже могут недостаточное использование возможностей Интернета и, в частности, информационное наполнение сайта вуза, а также трудный доступ к открытой информации высшего учебного заведения.

Так как сегодня белорусские вузы ориентируются, в первую очередь, на внутренний рынок, следует учитывать, что конкурентоспособность вуза и образовательной услуги отличаются друг от друга.

Критериями конкурентоспособности образовательной услуги являются: уровень подготовки по специальности, стоимость услуги, престижность (популярность) будущей профессии, реклама направления или профиля подготовки, востребованность выпускников на рынке труда и т.п. К критериям конкурентоспособности вуза можно отнести: престиж вуза, квалификацию профессорско-преподавательского состава, материально-техническую базу, ценовую и ассортиментную политику, вне учебную работу, маркетинговую активность вуза, социальную сферу и т.д. Главным для достоверной оценки конкурентоспособности вуза становится выявление факторов, на основе которых абитуриент выбирает как специальность, так и высшее учебное заведение. Выявленная конкурентная позиция вуза позволит спланировать действия по повышению конкурентоспособности и привлечению целевых сегментов рынка.

Для оценки конкурентоспособности высшего учебного заведения можно предложить воспользоваться наиболее обоснованным по формализации методом многокритериального ранжирования, суть которого в использовании функции принадлежности. Эта функция, определенная в интервале $0 \dots 1$, используется в качестве безразмерной шкалы для оценки уровня параметров сравниваемых объектов. Согласно данной методики, агрегирующая функция определяется по каждой из групп показателей и является средней геометрической значений аппроксимирующих функций, на основании которой выводится агрегирующая функция принадлежности. Этот метод позволит доступно оценить конкурентные позиции вуза на рынке образовательных услуг.