

УДК 378.4:338

Комаров О.Е., к.соц.н., доцент,
профессор кафедры экономики, права и философии
Павлодарский государственный педагогический институт
г. Павлодар, Республика Казахстан

ИННОВАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ВУЗА

В настоящее время проблема повышения конкурентоспособности остро стоит перед всеми вузами Республики Казахстан. Специфика образовательной сферы обусловила особенности внешней и внутренней конкурентной среды вуза, которые заключаются в обострении демографической ситуации, усилении конкуренции на рынке образовательных услуг, развитии различных форм послевузовского образования, нацеленных на повышение квалификации специалистов и подготовку кадров, а также в преобразовании вуза в многопрофильное заведение с сопутствующим комплексом социальных услуг.

На деятельность высших учебных заведений значительной мере влияет изменение факторов внешней и внутренней среды, в связи с чем, автором была разработана инновационная модель конкурентоспособности вуза, которая объединяет в себе все преимущества, которыми должен обладать вуз, для того, чтобы быть конкурентоспособным на рынке образования (рис. 1).

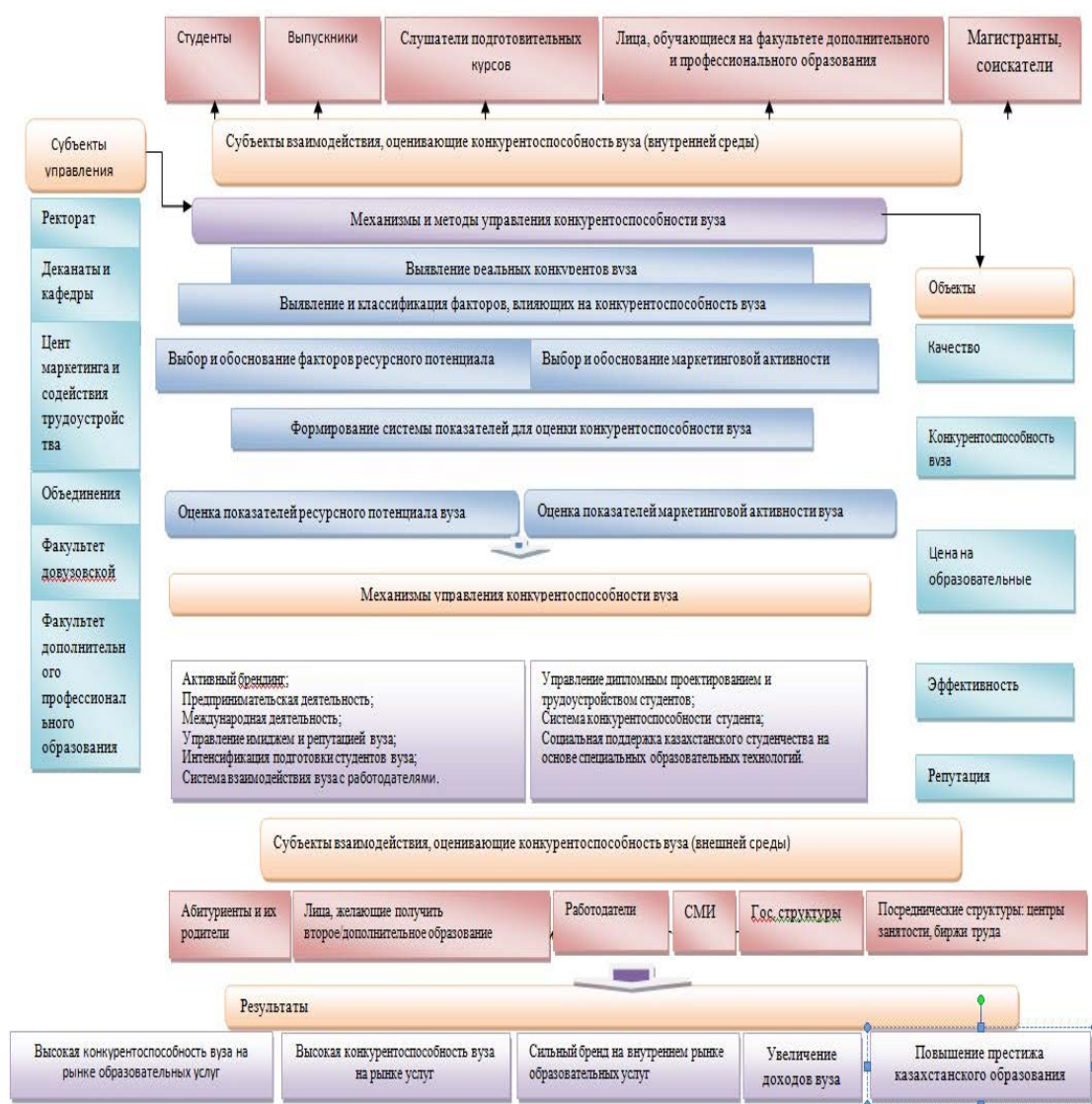


Рисунок 1 – Инновационная модель управления конкурентоспособностью вуза

Следует отметить, что представленные в данной модели ключевые внутренние факторы конкурентоспособности вуза в достаточной мере иллюстрируют те возможности, которые вузы могут использовать для повышения уровня конкурентоспособности. В модели акцентировано внимание на необходимости постоянного совершенствования деятельности вуза и развитии его конкурентных преимуществ, обусловленных влиянием как внешней, так и внутренней среды.

На основе предложенной модели и результатов проведенного анализа, разработаны пути повышения конкурентоспособности исследуемого вуза, включающие комплекс мероприятий, направленных на повышение всех выделенных ранее внутренних факторов конкурентоспособности вуза. Также автором была разработана модель конкурентоспособности вуза за счет активизации внутренних факторов, отраженная на рисунке 2.



Рисунок 2 - Модель активизации внутренних факторов для повышения конкурентоспособности вуза

Предоставление качественных образовательных услуг и расширение их ассортимента как ключевого фактора внутренней среды занимает

приоритетное место при формировании конкурентных преимуществ вуза. Повышение качества образовательных услуг в вузе формируется в процессе реализации следующих мероприятий:

- усиления практической подготовки студентов. Чтобы студент мог устроиться на хорошую высокооплачиваемую работу необходимо, чтобы он имел стаж практической деятельности. Поэтому следует больше внимания уделять практической подготовке студентов, формированию навыков реальной деятельности в условиях рыночной экономики. Вузовская подготовка в большей степени должна соответствовать современным требованиям производства. Для этого целесообразно привлекать специалистов - практиков к работе на постоянной основе. Кроме того, реальная практическая подготовка студента в полной мере может быть осуществлена при реальном трудоустройстве по специальности в фирму или организацию на условиях неполной занятости. Вуз должен содействовать такому трудоустройству;

- повышения эффективности прохождения производственных практик в вузе. Практическая подготовка студентов обеспечивается и во время прохождения производственной практики, где им предоставляется возможность закрепить полученные теоретические знания, решать реальные производственные задачи, ознакомиться с опытом руководства. Однако не все студенты добросовестно выполняют поставленные перед ними задачи, в связи с чем преподавателям необходимо постоянно контролировать данный процесс, чтобы повысить его эффективность;

- развития многопрофильных курсов по повышению квалификации или переподготовке кадров с целью выпуска специалистов-универсалов; использования различных форм сотрудничества с работодателями. Решению этой проблемы способствует создание на выпускающих кафедрах вуза научно-методических центров или центров компетенций, где студенты смогут получить дополнительные знания в соответствии с рекомендациями работодателей. Таким образом, будет организована взаимосвязь между обеими сторонами рынка: работодателем и студентом. Благодаря центрам компетенции появится возможность оценивать потребности конкретных заказчиков и, учитывая их, разрабатывать спецкурсы для студентов, что способствует подготовке выпускников для конкретных работодателей;

- развития дистанционного обучения. Наличие дистанционного образования будет способствовать улучшению качества образовательных услуг, непрерывному приобретению и обновлению знаний. Использование сетевых технологий обеспечит повышение рейтинга вуза и укрепление его международного статуса, а также станет эффективным инструментом для развития партнерских отношений с государственными и бизнес-структурами. Вузу следует более активно применять информационно-коммуникационные технологии и, благодаря этому, обучать студентов вне зависимости от места их проживания. Студенты должны иметь возможность «посещать»

виртуальные лекции и семинары, а также получать персональные консультации преподавателей по электронной почте [1, с. 115].

В отношении *кадрового потенциала* как фактора конкурентоспособности вуза основными направлениями совершенствования являются следующие:

- привлечение практиков и преподавателей других вузов на основе внешнего совместительства и договорной основе;
- проведение непрерывной самооценки, аттестации и самоаттестации;
- обучение персонала в области стандартов менеджмента качества образовательных услуг (СМК);
- проведение анонимной оценки студентами качества преподавания;
- развитие научно-исследовательской деятельности преподавателей;
- внедрение системы мотивации преподавателей;
- материальное поощрение преподавателей, защитивших докторские или кандидатские диссертации.

С целью увеличения *численности студентов* целесообразно предложить такие мероприятия, как расширение «базы» абитуриентов за счет олимпиад, подготовительных курсов; введение некоммерческих мест на подготовительных курсах для одаренных школьников; активизация коммуникативной политики вуза.

Следующим фактором конкурентоспособности вуза, менее остальных поддающихся совершенствованию, является *стоимость обучения на коммерческой основе*. Данный фактор зачастую не поддается значительному изменению вследствие его высокой значимости для вуза с точки зрения его коммерциализации (для вуза снижение стоимости обучения является экономически невыгодным). Однако, введение системы льгот в зависимости от успеваемости для студентов, обучающихся на коммерческой основе, или кредитной системы образования будет, напротив, способствовать повышению конкурентоспособности вуза.

Немаловажное значение в процессе повышения конкурентоспособности вуза играет его *имидж*. Формирование и управление имиджем вуза с целью создания и поддержания благоприятных взаимоотношений с потребителями образовательных услуг является в современных условиях одним из наиболее перспективных путей повышения конкурентоспособности вуза, реализуемых в рамках концепции маркетинга взаимодействия [2, с. 27].

Позитивный имидж высшего учебного заведения позволяет получить явные преимущества, а именно:

- формирование устойчивого положения за счет повышения конкурентоспособности вуза относительно вуза-конкурента;
- получение своеобразного гаранта качества образовательных услуг благодаря укреплению доверия со стороны целевых аудиторий;
- придание образовательной услуге популярности, что создает дополнительные резервы ценовой политики;

– создание монолитной единой команды дает дополнительный импульс развития корпоративной культуре.

Создание позитивного имиджа вуза, как, впрочем, и любого предприятия, во многом обуславливается качеством информационной работы с целевыми группами потребителей. Чем осведомленнее целевая группа о том или ином вузе, тем положительнее ее мнение о нем.

Следует учесть что, важнейшим фактором по отношению к системе управления конкурентоспособностью вуза являются студенты. Для подготовки квалифицированных и конкурентоспособных специалистов с высшим профессиональным образованием на основе новейших достижений научно-технического прогресса, экономического и культурного развития в исследуемом вузе необходимо стимулировать и поощрять научно-исследовательскую работу студентов.

Основными направлениями развития должны быть:

1. Внедрение новых и совершенствование существующих форм организации научно-исследовательской работы студентов, базирующихся на отечественном, зарубежном опыте и в соответствии с научными направлениями института.

2. Развитие у студентов навыков научно-исследовательской работы, осуществление органичного единства обучения и творческого подхода к профессии.

3. Привлечение студентов к выполнению научно-исследовательских работ, финансируемых из различных источников (договоры, гранты, программы) с оплатой труда. Представление студентов и молодых ученых к различным научным стипендиям, премиям за научные достижения.

4. Более широкое вовлечение профессорско-преподавательского состава института к осуществлению научного руководства исследовательскими работами студентов и молодых ученых.

5. Популяризация научно-исследовательской деятельности и информирование студентов о состоянии и достижениях научно – исследовательской работы студентов (НИРС) в вузовских и местных средствах массовой информации.

6. Обеспечение наиболее эффективного отбора одаренной и талантливой молодежи для дальнейшего обучения в магистратуре, пополнения научных кадров.

7. Привлечение учащихся старших классов общеобразовательных учреждений (школ, лицеев) к выполнению научно-исследовательской работы для создания непрерывной многоступенчатой (школа - вуз) подготовки высококвалифицированных специалистов.

Таким образом, на основе разработанной модели системы конкурентоспособности вуза и модели активизации внутренних факторов для повышения конкурентоспособности вуза предложены рекомендации, учет которых в деятельности вуза будет способствовать формированию его конкурентных преимуществ. Применение предложенных рекомендаций

поможет создать благоприятное отношение к вузу, обеспечить удовлетворенность потребителей образовательных услуг и эффективность функционирования социальной системы вуза, а также будет способствовать повышению качества предоставляемых вузом образовательных услуг и непосредственно конкурентоспособности вуза в целом [3].

Литература

1. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность: микро-, мезо- и макроуровни. Вопросы методологии. Алматы, 2008. - 205 с.
2. Васильченко Н.Г. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг в регионе // Маркетинг. – 2009, № 6. - С. 21-29.
3. Комаров О.Е. Управление конкурентоспособностью ВУЗа на рынке образовательных услуг. // Наука и образование: современные тренды: коллективная монография / гл. ред. О.Н. Широков. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2014.