

8. ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТО- СПОСОБНОСТИ ВУЗА

Бурцева К.Ю., к.э.н., доцент, докторант,
кафедра «Аудит и контроль»

Финансовый университет при Правительстве РФ

В современных макроэкономических условиях усиление конкурентоспособности вузов на международном уровне становится весьма сложной задачей. Идентификация и раскрытие сущности характеристик, которым должен соответствовать вуз, способный конкурировать в мировом образовательном пространстве, является основной задачей данного исследования. В статье раскрывается понятие конкурентоспособности вуза, определяется последовательность этапов ее анализа и принципы, которые необходимо учитывать при оценке и управлении способностью к конкуренции. При изучении поставленных вопросов удалось выделить критерии конкурентоспособности вузов с классификацией на две группы: жесткие и мягкие. В целях большей масштабности исследования рассмотрены комплексно вузы стран мира (Великобритании, Италии, США, Китая и Российской Федерации) и проведен сравнительный анализ с целью оценки их международной конкурентоспособности.

В исследовании выделено семь оцениваемых критериев. К жестким для оценки ценовой составляющей отнесена стоимость обучения (в год), для анализа качественных характеристик были выделены такие показатели, как позиции вузов в рейтингах (ТОП 100) и трудоустройство. Среди мягких критериев были выбраны следующие: стоимость проживания (в год), финансовая помощь иностранным студентам, уровень высшего образования, обучающие организации. Также определены источники конкурентных преимуществ университетов на ближайшее будущее и представлена формула количественной оценки их конкурентного преимущества. Предложены рекомендации по повышению международной конкурентоспособности вузов с целью определения их стратегических инициатив. Последние события показывают, что количество трансформаций во внешней среде, с которым сталкиваются высшие учебные заведения, неуклонно возрастает, поэтому стратегическими инициативами вузов должны стать привлечение достаточного объема ресурсов, высокая концентрация талантов и гибкие модели управления и контроля. Это предопределяет перспективное направление дальнейшего исследования вопросов международной конкурентоспособности университетов.

Хозяйствующие субъекты производят товары (оказывают услуги) в требуемом количестве, ассортименте и соответствующем потребностям качестве. Организациям необходимо знать спрос, планировать цены, исследовать емкость рынка, определять долю в общем объеме, проводить анализ рынка, изучать динамику продаж, каналы распределения, мнения покупателей и потребительские предпочтения. Поэтому многомерная концепция конкурентоспособности, базируется на изучении условий на рынке, специфических требований клиентов не только к качеству, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам продукта, но и к условиям реализации (цена, реклама, доставка, сервис, каналы распределения).

С учетом обозначенных аспектов, в условиях рыночных отношений усиление конкурентоспособности объекта становится весьма сложной задачей. Определено, в оценке конкурентоспособности хозяйствующего субъекта на рынке важное значение имеет способность товара, реализуемого данным субъектом, конку-

рировать на рынке. Но этого абсолютно недостаточно. Поэтому идентификация и раскрытие сущности характеристик, которым должен соответствовать вуз, способный конкурировать на международном уровне, является основной задачей данного исследования.

В словарях по рыночной экономике [1, 10] термин «конкурентоспособность» рассматривается как набор свойств (стоимость приобретения, эксплуатации, соответствие качеству и т.д.), позволяющих быть более привлекательным в сравнении с другими объектами аналогичного назначения. Обладать конкурентоспособностью может как продукт, товар, услуга, так и хозяйствующий субъект – организация, предприятие, а применительно к данному исследованию – высшее учебное заведение.

Последователи концепции Ф. Котлера [6], разделяя его мнение, определяют «конкурентоспособность» как способность организации выдерживать конкуренцию с аналогичными объектами, т.е. конкурентоспособность вуза – это потенциальная или фактическая способность университета конкурировать.

Конкурентоспособность объекта выше в сравнении с аналогами, если соотношение качественных характеристик, стоимости приобретения и потребления выше. Объект считается конкурентоспособным, если общий эффект от использования на единицу затрат выше. При этом, объект с низким качеством может быть конкурентоспособным по цене, поэтому очень часто потребители пренебрегают остальными характеристиками. Но при отсутствии какого-либо свойства, он может потерять привлекательность совсем.

В дополнение к запросам, выдвигаемым каждым отдельным потребителем, существуют требования, являющиеся общими и обязательными для выполнения всеми субъектами хозяйствования. Поэтому существуют различные уровни стандартов, устанавливающие нормативные параметры к конкурирующим объектам: международные; национальные; законы, нормативные акты, регламенты и т.д. Когда хотя бы одно из требований не выполнено, то объект не может функционировать на рынке.

Постоянное и непрерывное наблюдение, сбор, регистрация, обработка информации о степени конкурентоспособности организации как на национальном, так и на международном уровне посредством современных методов оценки и анализа – это гарант успешности хозяйственной деятельности. Процесс оценки конкуренции в той или иной отрасли и, соответственно, определение конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, как в зарубежной, так и в отечественной научной теории и практики, состоит из определенной последовательности этапов, каждый из которых включает модели и приемы оценки [5, с. 103]. Существуют и количественные методы для расчета индекса конкурентоспособности, но прежде проводят ряд дополнительных исследований.

Предварительно осуществляют оценку нормативных параметров, и если отклонений не обнаружено, то осуществляется анализ конкурентоспособности субъекта на конкретном рынке.

На первом этапе экспериментальным, или опытным, путем определяют характеристики объекта конкуренции, в том числе те, которые могут быть обнаружены только в процессе эксплуатации или потребления. На втором устанавливают цели оценки конкурентоспособности, так как со временем она может либо увеличиваться, либо уменьшаться в связи с изменением потребительских предпочтений, появлении новых или ухода с рынка старых конкурентов и т.д.

На третьем этапе, в зависимости от целей и глубины исследования, проводится оценка внешнего окружения, осуществляя которую, рекомендуется придерживаться определенной последовательности этапов.

1. Анализ макроэкономического окружения. Наиболее распространенными методами, применяемыми в процессе оценки, являются **STEP**-анализ и оценка на основе модели Л. Фахи и В. Нарайяна.
2. Оценка ситуации в отрасли. При ее проведении следует выявить основные закономерности, тенденции, факторы, оказывающие влияние на изменения, также следует изучить количественные и качественные показатели, характеризующие отрасль.
3. Определение жизненного цикла отрасли. В процессе его установления следует руководствоваться рекомендациями Р. Гранта, имеющего существенные наработки в данном вопросе.
4. Оценка степени конкуренции в отрасли. М. Портер разработал модель пяти сил, позволяющую выявить конкурентные силы, действующие на организацию, а также оценить степень их влияния, поэтому ее применение носит рекомендательный характер. Также с помощью маркетинговых методов проводят сегментацию рынка и обоснование сегмента, являющегося целевым для объекта исследования, так как конкурентоспособность показывает степень привлекательности объекта для реального потребителя, т.е. уровень предпочтений на конкретном рынке в определенный момент времени.
5. Анализ стратегических групп. При его проведении следует придерживаться определенного алгоритма составления карты позиционирования стратегических групп.
6. Анализ конкурентного положения организации в отрасли. Проводится с целью выявления ключевых факторов успеха исследуемого хозяйствующего субъекта.

Достоверная информация о макроэкономическом окружении вуза весьма полезна при разработке и принятии управленческих решений тактического и стратегического характера. Проведение анализа макроокружения имеет ряд преимуществ, которые носят внешний и внутренний характер. К внешним относятся:

- понимание влияния экономической и политической ситуации как на отрасль, так и на отдельные вузы;
- выявление закономерностей и тенденций развития отрасли, эффективных форм и методов внутриотраслевой конкуренции, ключевых факторов успеха и движущих сил в отрасли;
- установление угроз и возможностей, предоставляемых внешней средой вузам в стратегической перспективе.

Среди внутренних можно выделить:

- оптимизацию процесса распределения всех видов ресурсов университета для достижения установленных целей;
- обоснование стратегической потребности в ресурсах;
- более эффективное использование внутреннего стратегического потенциала вуза исходя из понимания внутренних возможностей и выявленных тенденций изменения во внешней среде;
- повышение экономической эффективности деятельности университета;

- стабилизация финансовых показателей на требуемом уровне в долгосрочной перспективе.

Постоянный мониторинг рынка, анализ реальных и потенциальных конкурентов и дальнейшая разработка конкретных действий в отношении главных приносит организациям большую пользу. Анализ внешнего окружения в отрасли образования также является первостепенной задачей руководства университетов, все управленческие решения должны базироваться на данных извне и оперативном реагировании на происходящие изменения.

Для более основательного исследования может быть добавлен четвертый этап, включающий анализ ресурсов и стратегических способностей самой организации.

При оценке конкурентоспособности необходимо учитывать следующие принципы:

- противоположности средств и целей участников рынка;
- учета особенностей каждого из сегментов рынка и рационального поведения его участников.

Первый принцип, который необходимо учитывать при оценке и управлении конкурентоспособностью, – это противоположность интересов потребителей и продавцов при явной взаимосвязи целевых ориентиров. И те, и другие субъекты рыночных отношений заинтересованы в соответствии определенным параметрам, но реализаторов услуг в большей степени интересуют те, которые влияют на уровень затрат, а потребителей – характеристики, воздействующие на потребительские свойства.

Сущность второго принципа состоит в необходимости учета особенностей и предпочтений потребителей различных сегментов рынка. Практика рыночных отношений показывает, что, отдавая предпочтение тому или иному объекту, потребители не руководствуются едиными критериями выбора. Они неодинаково реагируют на один и тот же объект с идентичными свойствами. В процессе приобретения услуги клиент среди целого ряда аналогичных объектов отдает предпочтение тому, который в наибольшей мере удовлетворяет его потребностям. При этом он выясняет степень соответствия параметров продукта своим собственным ожиданиям и финансовым возможностям.

Конкурентоспособность вуза определяется совокупностью характеристик, которые соответствуют требованиям и предпочтениям студентов, абитуриентов, родителей и удовлетворяют их потребностям. Поскольку услуги вуза ориентированы на определенные сегменты потребителей, то его определенные характеристики помогают руководствоваться при выборе услуги большинству клиентов конкретного сегмента. Список значимых компонентов конкурентоспособности и их важности для различных клиентов может варьировать даже в одном рыночном сегменте, поэтому в каждом отдельном случае оценки необходимо выделять конкретные характеристики. Значение компонентов и потребительских настроений по отношению к ним в разные периоды времени может меняться, даже на одну и ту же услугу, поэтому определение множества характеристик конкурентоспособности является одним из ключевых пунктов его оценки.

На практике очень часто оценку конкурентоспособности проводят с использованием эталонного объекта, который уже пользуется спросом на рынке и удовлетворяет ряду общественных потребностей. Характеристики, участвующие в оценке, определяются на основе изучения рынка (его сегментов) и требований клиентов. Следует использовать такие критерии оценки, которыми реально руководствуется потребитель при осуществлении выбора. Важность каждого отдельного критерия может быть определена экспертным путем или с использованием социологических методов.

Специалисты отмечают, что некоторые критерии довольно трудно поддаются оценке, поэтому всю их совокупность принято разделять на условно жесткие и условно мягкие. К первой категории относятся, например, качество и цена, так как они легко измеримы. Критерии второй группы отражают особенности восприятия отдельных потребителей, и их не всегда легко измерить. К ним относятся такие критерии, как имидж, бренд, престижность и т.д.

Как свидетельствует исследование, большинство определений характеризуют конкурентоспособность как совокупность характеристик, среди которых наиболее значимыми для потребителей являются цена и качество.

Одним из главных факторов конкурентоспособности вуза также является качество оказываемых услуг. В настоящее время выделяют четыре уровня качества:

- соответствие стандарту (нормативные требования);
- соответствие требованиям работодателей;
- текущее соблюдение требований рынка, отраженных в высоком качестве при относительно низкой цене;
- соблюдение скрытых или неочевидных требований, в результате удовлетворения которых, объекты будут пользоваться предпочтением.

Нельзя отождествлять понятия «конкурентоспособность» и «качество», так как первое является более широким, в то же время почти всегда «качество» является основой конкурентоспособности. На современном этапе развития проблема конкурентоспособности и качества имеет универсальный характер. От того, насколько успешно она будет решена, зависит экономическое и социальное благосостояние не только отдельных хозяйствующих субъектов, но и граждан целой страны.

Конкуренция на рынке принуждает организации, находящиеся под угрозой вытеснения из сегмента, постоянно заниматься качеством оказываемых услуг и общей конкурентоспособностью на рынке, который объективно и строго ведет оценку их деятельности.

Очень часто в процессе оценки конкурентоспособности организации концентрируют свои усилия на показателях качества, и тогда происходит подмена сравнительной оценки конкурентоспособности на оценку качества конкурирующих объектов. Мировой опыт подтверждает неверность такого подхода. Исследования многих рынков показывают, что решение о выборе того или иного объекта только на третью часть связано с качеством. Остальные же две трети связаны с другими значительными и достаточно существенными для потребителя характеристиками.

В условиях рыночной экономики еще одним основным показателем конкурентоспособности является

цена. В то же время не всегда корректно делать выводы о степени конкурентоспособности только по уровню цены или ее соотношения с ценой конкурента. Очень важно, чтобы был обоснован каждый элемент цены и достигнута ее правильная структура. Уровень цен определяет ценовую конкурентоспособность объекта потребления. Всем известно, что при прочих равных условиях чем меньше цена, тем выше конкурентоспособность объекта на рынке. Следовательно, и позиции его продавца будут более предпочтительными в конкурентной борьбе с другими организациями, реализующими аналогичную продукцию. И наоборот, высокий ее уровень снижает конкурентоспособность объекта потребления по цене, часто приводя ее сокращение до нуля. Учитывая данные условия, формирование цен должно происходить с одновременным увеличением конкурентоспособности.

Исторически сложилось так, что цены устанавливаются покупателями и продавцами в ходе двусторонних переговоров. Продавцы, как правило, запрашивают завышенную цену, а покупатели требуют более низкую. Сделка осуществляется при взаимно приемлемой цене. Она всегда являлась основным фактором, отвечающим за выбор клиента, тем не менее, в последние десятилетия на выбор потребителя стали сильнее влиять неценовые критерии.

В рамках настоящего исследования, предметом изучения которого является конкурентоспособность вузов, а объектом – сами вузы, выделим критерии их конкурентоспособности с их классификацией на две группы: жесткие и мягкие. В целях большей масштабности исследования рассмотрим комплексно вузы стран мира (Великобритании, Италии, США, Китая и Российской Федерации) и проведем сравнительный анализ с целью оценки их международной конкурентоспособности. В исследовании выделено семь оцениваемых критериев. К жестким для оценки ценовой составляющей отнесена стоимость обучения (в год), для анализа качественных характеристик были выделены такие показатели, как позиции вузов в рейтингах (ТОП 100) и трудоустройство. Среди мягких критериев выбраны следующие: стоимость проживания (в год), финансовая помощь иностранным студентам, уровни высшего образования, обучающие организации.

В настоящее время самыми популярными странами для иностранных студентов являются США, Австралия и Великобритания. Тем не менее, практически все мировые державы имеют разработанные или находящиеся на стадии становления программы обучения иностранных граждан. В табл. 1 и 2 на основе исследований «The Moscow News» [7] представлены данные по вузам, сгруппированные в рамках выбранных для оценки стран.

Еще в XX в. Болонским университетом Италии был инициирован проект создания единого общеевропейского образовательного пространства, направленный на интернационализацию высшего образования. Сегодня границы государств стали размытыми для абитуриентов и студентов, которые свободно перемещаются с целью получения высококачественного образования и приобретения конкурентоспособных преимуществ для построения будущей карьеры.

Дорогое обучение в вузах Великобритании не является помехой для абитуриентов, затраты с лихвой окупаются при трудоустройстве в международ-

ную компанию. Например, по данным британского совета, в вузах Великобритании изучают юриспруденцию практически 17% всех студентов-юристов.

Таблица 1

ЖЕСТКИЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗОВ

Страны	Критерии		
	стоимость обучения (в год)	позиции вузов в рейтингах (ТОП 100)	трудоустройство
Великобритания	Бакалавриат (9-35 тыс. евро), магистратура (9-26 тыс. евро)	В международном рейтинге QS в ТОП 100 входят 18 вузов, четыре из них в первой десятке. Также существует национальный рейтинг The Guardian	Окончившим вуз предоставляется двухгодичная рабочая виза, но найти работу – очень большая проблема
Италия	Бакалавриат (государственный вуз – 850-1000 евро, частный – 9 500-22 000 евро)	Пять общепризнанных вузов, занимающих хорошие позиции в рейтингах	Работу найти не просто
США	Государственные колледжи и университеты – 5500-30 тыс. евро, частные университеты – от 30 тыс. евро	В рейтинге ARWU в десятке лучших восемь вузов, в двадцатке лучших рейтинга THE их 15 и в двадцатке QS – 13 высших учебных заведений	Бесплатные оплачиваемые стажировки и возможность трудоустройства по окончании. Тесные связи вузов с работодателями
Китай	Бакалавриат (1500-3000 евро)	В международном рейтинге QS в ТОП 100 входят два вуза. В Шанхайский рейтинг ARWU пять китайских университетов входят лишь во вторую сотню	Трудоустроиться достаточно сложно
РФ	Бакалавриат (1-10 тыс. евро)	В ТОП 100 международном рейтинге QS представлены два вуза	Университеты оказывают посильную помощь в трудоустройстве выпускников

Таблица 2

МЯГКИЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗОВ

Страны	Критерии			
	стоимость проживания (в год), тыс. евро	финансовая помощь иностранным студентам	уровни высшего образования	обучающие организации
Великобритания	15-20	Восемь типов стипендий с полным и частичным покрытием затрат (сайт о стипендиях www.scholarship-search.org.uk)	Бакалавриат – 3-4 года; магистратура – около года; докторантура – 3-5 лет	Университеты (государственные или частные) и колледжи (государственные или частные)
Италия	12-18	Стипендии, гранты и финансовая помощь предоставляется наравне с итальянскими студентами (сайт о стипендиях www.iicmosca.esteri.ti)	Бакалавриат – 3 года; магистратура – 2 года; докторантура – 3 года	Государственные и частные университеты
США	7-16	Возможно получение помощи от университета или частного фонда (сайт о стипендиях www.igo.rudn)	Первая ступень undergraduate включает: associate degree – ассоциативная степень, 2 года, степень бакалавра – 4 года. Вторая ступень graduate – это степень магистра, 2 года. Третья ступень research doctorate – степень доктора, 2-3 года	Общественные (public) и частные (private) высшие учебные заведения
Китай	Около 4	Иностранцам выделяется огромное количество всевозможных видов грантов и стипендий (сайт о стипендиях www.portalchina.ru , www.cucas.edu.cn)	1 ступень (преддипломные программы) включает: дипломная программа – 2-3 года, программа бакалавриата – 4-5 лет. 2 ступень (постдипломные программы): магистратура – 2-3 г., докторантура – 3 года	Государственные и частные университеты и колледжи
РФ	3-5	Студентам, обучающимся на бюджетных местах, выплачивается стипендия. Существуют различные виды материальной помощи учащимся и грантовая система поддержки со стороны государства и частных компаний (сайт о стипендиях www.russia.edu.ru)	Бакалавриат – 4 года; магистратура – 2 года; аспирантура – 3 года	Государственные и негосударственные учебные заведения

На сегодняшний день Соединенные Штаты Америки занимают лидирующие позиции по уровню высшего образования и являются одной из самых популярных стран для обучения среди студентов из других государств. Согласно докладу **ICEF Agent Barometer 2012**,

подготовленному компанией International Graduate Insight Group, которая определяет тенденции в области международного образования, 73% опрошенных выбрали именно США в качестве приоритетного образовательного тренда, в то время как Канада и Велико-

британия получили предпочтение лишь 64% респондентов. Участниками опроса стали 1023 агента из 107 стран мира. С точки зрения качества образования наиболее престижным в Америке считается получение степени бакалавра, магистра и участие в программах обмена и стажировки [5].

Это неудивительно, так как университеты США имеют современную материальную базу, четко выстроенный научный и учебный процесс, хорошие бытовые условия как для студентов, так и для преподавателей.

Качество образования в китайских вузах непрерывно улучшается благодаря государственному финансированию и контролю. Правительство Китайской Народной Республики вкладывает огромные инвестиции в систему высшего образования с целью привлечения иностранных студентов. Разработан ряд проектов, направленных на повышение качества образования в 100 университетах страны в соответствии с мировыми стандартами (Project 211), также создана группа элитных китайских университетов С 9 (Project 985), включающая девять старейших высших учебных заведений Китая. Популяризация китайского образования сопровождается финансовой поддержкой иностранных студентов, обучающихся в университетах этой страны. Значительные бюджетные средства выделяются правительством иностранным гражданам, желающим получить высшее образование в Китае.

Е. Бережная, М. Фролова, П. Антипов описывают относительно новые типы государственных университетов в Италии – университеты для иностранных обучающихся и университеты дистанционного образования. Первые специализируются на преподавании итальянского языка, подготовке к обучению в итальянских вузах, лингвистических исследованиях. Среди итальянских студентов популярны совместные образовательные проекты европейских вузов. Цель университетов дистанционного образования – сделать образование более доступным. Среди наиболее популярных выделяют следующие:

- открытый университет Италии (**NETTUNO**) является ведущим университетом дистанционного образования;
- консорциум **ICON** (Italian Culture on the Net) объединяет 24 университета, реализующих программы дистанционного обучения;
- консорциум университетов **FOR.COM** (I1Consorzio FOR.COM) реализует программы магистратуры на дистанционной основе [7].

В условиях возрастающей тенденции глобализации экономик и общественной жизни ориентация высших учебных заведений РФ сменила свой курс с национального на международный рынок образовательных услуг. Руководства университетов и Правительство РФ проявляют неподдельное стремление к повышению мировой привлекательности вузов [5, с. 103].

В 2013 г. Правительство РФ инициировало проект по повышению конкурентоспособности ведущих российских университетов с общим бюджетом в 9 млрд. руб. По результатам конкурсного отбора, проведенного Министерством образования и науки РФ в 2013 г., правом на получение специальной субсидии стали обладать 15 вузов. В 2014 г. вузы получили 10,5 млрд. руб., в 2015 г. – на 1,5 млрд. руб. больше, чем в предыдущем, а в 2016 г. – 12,5 млрд. руб. [8]. Все это

прописано в постановлении Правительства РФ «О мерах государственной поддержки ведущих университетов РФ». Государственная поддержка имеет целевое назначение и связана с реализацией мероприятий, способствующих продвижению университетов в международных рейтингах. Полученные средства должны пойти на наращивание исследовательского потенциала, привлечение иностранных преподавателей и студентов, а также, в случае необходимости, изменение системы управления университетами.

В соответствии с указом Президента РФ, к 2020 г. не менее пяти российских университетов должны войти в сотню лучших в мире, не менее 15 – в TOP-200. По словам Д. Ливанова, министра образования и науки РФ, к этому времени каждый из университетов будет иметь не менее 3 тыс. статей в ведущих научных журналах, и не менее 15% их студентов будут иностранцами [8].

В течение последних трех десятилетий независимая оценка конкурентоспособности вузов стала набирать обороты своей популярности. Системы рейтингования университетов могут значительно отличаться друг от друга, принятые к оценке показатели того или иного рейтинга варьируют в широких пределах, так как тип выбранных показателей зависит именно от методологии определения академического качества образования, принятой авторами конкретно выбранного рейтинга [3].

Места, присеваемые университетам международными рейтинговыми агентствами, позволяют заинтересованным лицам оценивать их привлекательность для абитуриентов, качество обучения, репутацию и конкурентоспособность вузов. Для потребителей образовательных услуг часть показателей, включаемых в систему рейтингования, наверное, мало о чем скажет, а вот для самих организаций – эта оценка очень важна, от нее зависит доверие к университету, возможность привлечения большего количества обучающихся и условия получения как бюджетных средств, так и объем оказываемых платных образовательных услуг. Основываясь на рейтингах, абитуриенты и их родители принимают свои решения о месте обучения, и именно от них зависит финансовая стабильность, конкурентоспособность и репутация университетов [2].

От степени международной привлекательности университета зависит доверие к этому учебному заведению, возможность привлечения большего количества обучающихся и условия получения как бюджетных средств, так и оказания платных образовательных услуг, а следовательно, и финансовая стабильность университетов.

Решение проблем привлечения иностранных студентов должно быть комплексным: исходить со стороны Правительства РФ и поддерживаться ректорами российских вузов. Только совместные действия органов власти и руководства университетов позволят привлечь зарубежных абитуриентов, ускорить процессы мировой интеграции вузов и повысить международную конкурентоспособность российских вузов [4].

Определим источники конкурентных преимуществ университетов на ближайшее будущее. Конкурентное преимущество – это проявление превосходства университета над конкурентами в учебной, научной или вспомогательной деятельности, которое можно изме-

речь экономическими показателями (количество студентов, являющихся победителями и призерами олимпиад, объем финансирования, устойчивый рост показателей цитирования и др.). Но его не стоит приравнивать к потенциальным возможностям вуза.

Конкурентное преимущество – это зафиксированный факт, и он отражается на реальных предпочтениях потребителей, в отличие от не свершившихся потенциальных возможностей. Конкурентное преимущество – это результат низкой стоимости услуги, внедрения инноваций, управления брендом, быстрого реагирования на потребности рынка. Такое преимущество носит не абсолютный, а относительный характер, так как оно выявляется только по результатам сравнения. Оно может быть основано на экономических, управленческих, технических, структурных, инфраструктурных, информационных и других факторах.

В общем виде количественную оценку конкурентного преимущества университета можно представить следующей формулой:

$$Kп = Kот * Kн * Kчк * Эу, \tag{1}$$

- где **Kп** – конкурентное преимущество;
- Kт** – образовательные технологии;
- Kн** – научные технологии;
- Kчк** – качество человеческого капитала;
- Эу** – эффективность управления.

Возможные факторы конкурентных преимуществ университетов разделим на четыре группы: маркетинговые, финансовые, относящиеся к внутренним бизнес-процессам и человеческому капиталу.

Возможные конкурентные преимущества университетов, относящиеся к организации бизнес-процессов:

- опыт научных исследований;
- способность к совершенствованию образовательных процессов;

- высокий уровень применения современных образовательных технологии;
- высокопроизводительные информационные системы;
- способность быстро реагировать на внешние изменения;
- большой опыт и наличие управленческого ноу-хау;
- высокая гибкость управления.

Возможные маркетинговые конкурентные преимущества университетов:

- устойчивые связи с отраслевыми партнерами;
- благоприятное местоположение;
- эффективная реклама и мероприятия по продвижению бренда;
- известность бренда и его позитивный образ в глазах потребителей.

Возможные конкурентные преимущества университетов, относящиеся к человеческому капиталу:

- высококвалифицированные креативные сотрудники;
- большой опыт в исследовательской деятельности;
- устойчивые связи с другими учебными и научно-исследовательскими учреждениями;
- доступ к источникам высокого качества человеческого капитала;
- высокая концентрация таланта.

Возможные финансовые конкурентные преимущества университетов:

- стабильное финансирование со стороны государства;
- доступ к нетрадиционным для отечественных вузов источникам финансирования;
- эффективная образовательная деятельность с низкими затратами.

В табл. 3 предложим рекомендации по повышению международной конкурентоспособности вузов, с целью определения их стратегических инициатив.

Как свидетельствуют данные таблицы, в части учебной деятельности основной акцент следует сделать на преподавании большей части программ на иностранном языке, особенно английском. Это является одним из самых важных факторов привлекательности вуза.

Таблица 3

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗОВ

Основная деятельность		Вспомогательная деятельность			
учебная	научная	человеческий капитал		финансовые ресурсы	система управления
		сотрудники	обучающиеся		
Создание и развитие образовательных продуктов, востребованных на международном рынке	Рост количества статей в Web of Science и Scopus	Обеспечение привлекательности вуза в качестве работодателя, в том числе и за счет высокого уровня заработной платы	Привлечение талантливых студентов и аспирантов и развитие молодежной политики в вузе	Создание эндаумент фондов	Оптимизации операционной модели университета
Введение курсов на английском языке	Повышение доли ежегодных затрат на научные исследования в расчете на 1 научно-педагогического работника	Создание современных условий труда для индивидуального творческого и профессионального роста	Реализации системы целевых грантов на обучение	Получение поддержки от частных благотворительных инвестиционных фондов	Внедрение корпоративной системы управления проектами
Интеграция вузов в систему международного рекрутмента, сотрудничество с рекрутинговыми агентствами других стран	Оснащение научных лабораторий современным оборудованием, необходимого для проведения научных исследований и реализации современных технологий образования	Привлечение в университет профессионалов с опытом работы в ведущих российских и зарубежных научно-образовательных центрах	Развитие системы поддержки талантливых студентов в период обучения в университете	Формирование фонда пожертвований	-
Онлайн-сервисы библиотек университетов на разных языках	Создание технопарков высоких технологий, инженеринговых центров, центров нанотехнологий	Возможность получения доходов на уровне ведущих мировых университетов за счет применения системы эффек-	-	-	-

Основная деятельность		Вспомогательная деятельность			
учебная	научная	человеческий капитал		финансовые ресурсы	система управления
		сотрудники	обучающиеся		
		тивных контрактов			

Д. Салми и И.Д. Фрумин отмечают, что из 100 лучших университетов в рейтинге Шанхайского университета Цзяотун (*SJTU*) 11 расположены в не англоязычных странах, в которых некоторые аспирантские программы преподаются на английском языке (Дания, Финляндия, Израиль, Нидерланды, Норвегия, Швеция и Швейцария) [9].

Университетам, стремящимся укрепить свою научно-исследовательскую деятельность и достичь мирового уровня, помимо обозначенных в табл. 3 направлений, следует изменить соотношение количества студентов и аспирантов в сторону повышения доли последних в общем количестве обучающихся.

Так как показатели цитирований составляют преимущественно на основе данных англоязычных журналов, распространение результатов научных исследований на иностранном языке становится одним из важнейших факторов укрепления международной репутации вуза.

Также рекомендуется повысить доступ к современной академической инфраструктуре, улучшить бытовые условия, а также стать активными участниками глобальной сети, оказывающей поддержку международным выпускникам иностранных вузов.

Одним из важных направлений совершенствования системы финансирования университетов является формирование и использование средств пожертвований. Например, национальный университет Сингапура, ставший частной корпорацией в 2006 г., создал свой фонд из привлеченного частного капитала в размере 774 млн. долл. США посредством оперативной мобилизации средств, и в результате сейчас он богаче любого британского университета, за исключением Кембриджа и Оксфорда [9].

Для оптимизации операционной модели университета необходимо создание сильного органа управления, обеспечивающего абсолютную прозрачность всех видов деятельности, а также эффективные внутренние механизмы обратной связи.

В заключение отметим, что первостепенными задачами в процессе изучения вопросов международной конкурентоспособности университетов являются выбор характеристик оценки, анализ макроэкономического окружения, а также анализ ресурсов и стратегических способностей самих вузов. Последние события показывают, что если количество трансформаций во внешней среде, с которым сталкиваются высшие учебные заведения, неуклонно возрастает, то стратегическими инициативами вузов должны стать привлечение достаточного объема ресурсов, высокая концентрация талантов и гибкие модели управления и контроля.

Литература

1. Амбарцумов А.А. 1000 терминов рыночной экономики [Текст] : справ. учеб. пособие / А.А. Амбарцумов, Ф.Ф. Стерликов. – М. : Крон-Пресс, 1993. – 302 с.
2. Бурцева К.Ю. К вопросу о ранжировании университетов по группам в международных рейтингах [Текст] /

К.Ю. Бурцева // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – №2. – С. 415-420.

3. Бурцева К.Ю. Проблемы измерения и оценки показателей рейтингования университетов [Текст] / К.Ю. Бурцева // Вектор науки Тольяттинского госуд. ун-та. – 2014. – №1. – С. 86-89.
4. Бурцева К.Ю. Тенденции интеграции и сотрудничества университетов в условиях глобализации экономики [Текст] / К.Ю. Бурцева // Вектор науки Тольяттинского госуд. ун-та. – 2014. – №2. – С. 63-67.
5. Бурцева К.Ю. Факторы, препятствующие международной конкурентоспособности российских университетов [Текст] / К.Ю. Бурцева // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция – 2015. – №1. – С. 103-107.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с.
7. Образование в России и за рубежом [Текст] : справ. для поступающих / Е. Бережная, М. Фролова, П. Антипов. – М. : Новости Москвы, 2013. – 335 с.
8. Около 15 российских вузов выйдут в мировой топ-200 к 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.proforientator.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1573:-15-200-2020-&catid=2:5- (дата обращения: 25 марта 2015 г.).
9. Салми Д. Российские вузы в конкуренции университетов мирового класса [Электронный ресурс] / Д. Салми, И.Д. Фруммин. URL: http://siteresources.worldbank.org/EDUCATION/Resources/2782001121703274255/14392641229357921800/Salmi_The_Challenge_2008_Russian.pdf (р.30) (дата обращения: 21 марта 2015 г.).
10. Тарасова В.П. Толковый словарь рыночной экономики [Текст] / В.П. Тарасова, Ф.А. Крутикова. – М. : Глория, 1993.– 302 с.

Ключевые слова

Университеты; конкурентоспособность; конкурентоспособность вузов; критерии конкурентоспособности; этапы оценки конкурентоспособности; принципы оценки конкурентоспособности; конкурентные преимущества.

Бурцева Ксения Юрьевна

РЕЦЕНЗИЯ

В статье К. Ю. Бурцевой раскрываются критерии, которым должен соответствовать вуз, способный конкурировать в мировом образовательном пространстве. Актуальность данного исследования не вызывает сомнения, так как оценка международной конкурентоспособности университета на современном этапе развития мировой образовательной системы является важным элементом управления вузом с целью повышения привлекательности учебного заведения и престижности обучения в нем.

Автор провел серьезное исследование по определению критериев конкурентоспособности с классификацией на две группы: жесткие и мягкие. В статье отражены основные аспекты масштабного исследования оценки вузов Великобритании, Италии, США, Китая и Российской Федерации. Проведен сравнительный анализ с целью оценки их международной конкурентоспособности. Это придает работе как научную обоснованность, так и практическую значимость.

Ценными для практического применения являются рекомендации по повышению международной конкурентоспособности вузов и источники конкурентных преимуществ университетов на ближайшее будущее, способствующие определению перспективных стратегических инициатив учебных заведений.

Представленный научный труд К. Ю. Бурцевой «Критерии оценки международной конкурентоспособности вуза» соответствует всем требованиям, предъявляемым к работам такого рода, и может быть рекомендован к публикации.

Искосков М.О., д.э.н., доцент, заместитель ректора – директор Института финансов, экономики и управления Тольяттинского государственного университета.