

УДК 33

DOI 10.51691/2500-3666_2022_12_12

***КРИТЕРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА ДЛЯ
АБИТУРИЕНТА***

Меркулова Е.В.

Аспирант

Институт права и управления

Тульский государственный университет

Россия, г. Тула

Аннотация

Современный рынок, характеризующийся многочисленными и динамичными изменениями, требует, чтобы все компании развивали способность к быстрой и гибкой реакции, чтобы выжить и развить свои конкурентоспособные возможности на рынке. Часть очевидных рыночных изменений связана с некоммерческим и государственным сектором и, таким образом, также все больше попадает в фокус научных исследований. Одной из областей, вызывающих растущий научный интерес, является высшее образование. Вклад высшего образования в функционирование общества и экономики, в экономический рост, развитие инноваций, развитие рынка, сокращение безработицы, повышение качества человеческого капитала, улучшение научно-исследовательской деятельности и процветание каждой нации высок.

Ключевые слова: Университет, конкурентоспособность, вуз, маркетинг. Высшее образование.

***CRITERIA FOR THE COMPETITIVENESS OF THE UNIVERSITY FOR
THE APPLICANT***

Merkulova E. V.

Graduate student

*Institute of Law and Management
Tula State University
Russia, Tula*

Summary

The modern market, characterized by numerous and dynamic changes, requires all companies to develop the ability to react quickly and flexibly in order to survive and develop their competitive capabilities in the market. Part of the obvious market change is related to the non-profit and public sector and thus also increasingly falls into the focus of scientific research. One area of growing scientific interest is higher education. The contribution of higher education to the functioning of society and the economy, to economic growth, the development of innovation, the development of the market, the reduction of unemployment, the improvement of the quality of human capital, the improvement of scientific research and the prosperity of each nation is high.

Key words: University, competitiveness, university, marketing. Higher education.

В условиях роста конкуренции между организациями высшего образования ключевым вопросом становится анализ деятельности и разработка стратегии на основе выявленных конкурентных преимуществ. Чтобы создать конкурентную позицию на рынке для высшего учебного заведения в таких обстоятельствах, необходимо принять концепцию и философию маркетинга и разработать свою стратегию и выстроить свою деятельность с точки зрения рыночных показателей: необходимо сосредоточиться на потребностях современного абитуриента, рынка труда. сегментации, конкуренции, разработке новых продуктов/услуг, основанных на выявленных рыночных тенденциях.

На сегодняшний день в исследовании нуждаются вопросы экономического содержания категории конкурентоспособности образовательных организаций Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

на региональных рынках.

Университет — это учреждение, выполняющее важные функции во всех социальных институтах; преподавание и исследования являются двумя фундаментальными и доминирующими миссиями университета. Растущий спрос на высшее образование после окончания Второй мировой войны и его влияние на расширение возможностей высших учебных заведений во всем мире привели к изменению характера университета от элитных к массовым высшим учебным заведениям. Действительно, большинству стран нужны высшие учебные заведения и программы, отвечающие разнообразным потребностям их сообщества, то есть для высших учебных заведений следует рассматривать разные функции и миссии. Аспекты преподавания и обучения, участия в исследованиях и обмена знаниями отражают основные функции высших учебных заведений. Разнообразный спектр высших учебных заведений с различными миссиями позволяет системе в целом удовлетворять потребности студентов, предоставлять возможности для социальной мобильности, удовлетворять потребности различных рынков труда, обслуживать политические потребности групп интересов, повышать уровень высшего образования. Эффективности институтов и предлагают возможности для экспериментов с инновациями. Отсутствие разнообразия или отсутствие дифференциации происходит из-за политических и профессиональных факторов, которые способствуют увеличению конвергенции или однородности в системе высшего образования. Поскольку сектор высшего образования имеет стратегическое значение для стран, он находится в центре внимания и значительно вырос. В связи с этим образовательный рынок прошел через изменения, и конкуренция среди вузов также усилилась.

Оценка конкурентоспособности организации направлена на определение ее конкурентной позиции по отношению к другим конкурентам в сфере, в которой она функционирует. Оценка основана на анализе среды с целью выявления возможностей и угроз, существующих для реализации Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

деятельности. Он также основан на анализе самой организации с выделением ее сильных и слабых сторон, по которым можно было бы определить ее существенные преимущества перед конкурентами. Исходя из этих преимуществ, организация выбирает свою конкурентную стратегию позиционирования и развития. Кроме того, поскольку конкурентоспособность организации определяется как положение по отношению к конкурентам, с одной стороны, а с другой стороны, как способность удовлетворять потребности потребителей в своих товарах/услугах лучше, чем конкуренты; его ориентация на клиента является ведущим фактором его оценки.

Позиция вуза на рынке неразрывно связана с ростом контингента обучающихся, осуществившего свой выбор именно в пользу данного вуза.

С этой целью автор провел опрос по оценке критериев конкурентоспособности, наиболее привлекательных с точки зрения абитуриентов и студентов. В опросе приняли участие 300 студентов 1–4 курсов десяти организаций высшего образования Калужской области.

Респондентам были представлены 20 критериев конкурентоспособности вуза, сформированных на основе существующих теоретических подходов, представленных в 1 главе. Анкета представлена в приложении 6. Важнейшими критериями конкурентоспособности высшего учебного заведения, по мнению студентов являются:

- качество образования;
- стоимость обучения;
- наличие общежития;
- материально-техническая база;
- территориальное расположение;
- классификация профессорско-преподавательского состава;
- востребованность выпускников на рынке труда;
- реализация востребованных образовательных программ;
- престиж вуза;

- студенческая жизнь;

Критерии, которые, по мнению студентов, оказались менее важны:

- доля трудоустроенных выпускников;

- научно-исследовательская деятельность вуза;

- конкурентоспособность преподавательского состава;

- средняя заработная плата;

- средний возраст ППС;

- наличие аккредитованных образовательных программ;

- признание диплома за рубежом;

- объем научных исследований в отчетном году;

- бюджетные ассигнования и основные фонды;

- международное сотрудничество.

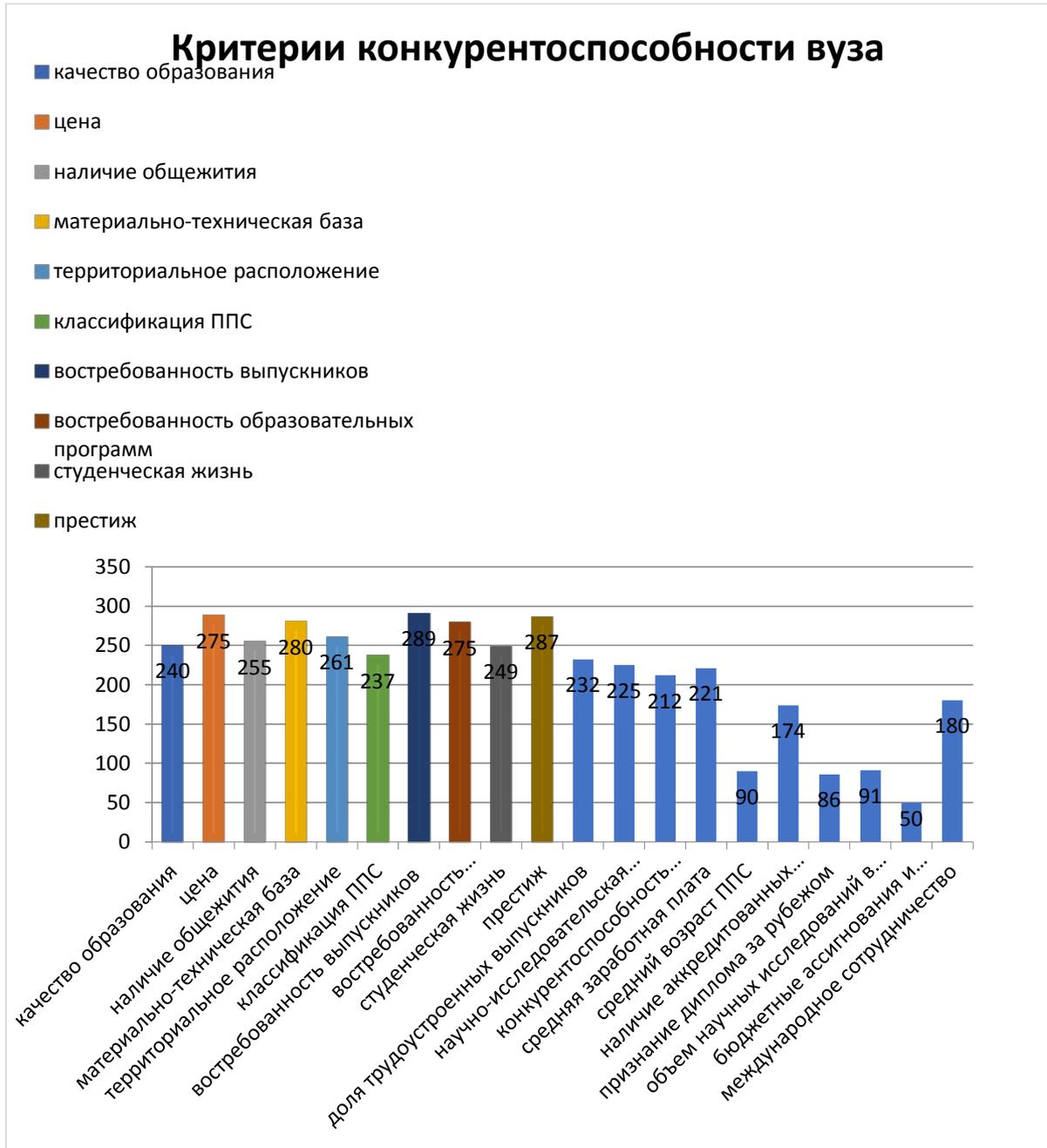


Рисунок 1 - Результаты опроса студентов.

На следующем этапе выбранные студентами критерии были переданы группе экспертов из числа студентов губернаторских групп, созданных на базе государственных образовательных организаций высшего образования, расположенных на территории Калужской области, в составе 9 человек.

Каждый эксперт должен был оценить выбранные 10 критериев по 10-балльной шкале по степени важности.

На основе результатов работы экспертной группы была сформирована таблица

рангов. Факторы по значимости распределились следующим образом.

Таблица 1. Матрица рангов.

Факторы / Эксперты	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Сумма рангов	d	d ²
x ₁	10	9	4	10	9	10	9	10	8	79	29.5	870.25
x ₂	1	8	9	5	1	3	1	8	7	43	-6.5	42.25
x ₃	2	7	10	4	4	2	2	7	6	44	-5.5	30.25
x ₄	6	1	3	9	10	4	5	4	2	44	-5.5	30.25
x ₅	3	4	1	3	7	6	4	3	5	36	-13.5	182.25
x ₆	7	10	6	2	8	5	10	9	1	58	8.5	72.25
x ₇	5	3	8	6	3	8	8	2	9	52	2.5	6.25
x ₈	4	2	2	1	2	9	3	1	3	27	-22.5	506.25
x ₉	9	6	5	7	5	7	6	6	10	61	11.5	132.25
x ₁₀	8	5	7	8	6	1	7	5	4	51	1.5	2.25
∑	55	55	55	55	55	55	55	55	55	495		1874.5

На основе матрицы критериев необходимо было определить критерии конкурентоспособности по значимости

Для оценки согласованности мнений всех экспертов был рассчитан коэффициент конкордации: $W = 0.281$, подтверждающий согласованность мнений экспертов.

Оценка значимости коэффициента конкордации определялась по критерию согласования Пирсона: $\chi^2 = 22.72$

Матрица опроса преобразуется в матрицу преобразованных рангов

Таблица 2. Матрица преобразованных рангов

№ п.п. / Эксперты	1	2	3	4	5	6	7	8	9	∑	Вес λ
1	0	1	6	0	1	0	1	0	2	11	0.02716
2	9	2	1	5	9	7	9	2	3	47	0.116

3	8	3	0	6	6	8	8	3	4	46	0.1136
4	4	9	7	1	0	6	5	6	8	46	0.1136
5	7	6	9	7	3	4	6	7	5	54	0.1333
6	3	0	4	8	2	5	0	1	9	32	0.07901
7	5	7	2	4	7	2	2	8	1	38	0.09383
8	6	8	8	9	8	1	7	9	7	63	0.1556
9	1	4	5	3	5	3	4	4	0	29	0.0716
10	2	5	3	2	4	9	3	5	6	39	0.0963
Итого										405	1

Исходя из приведенного выше анализа, можно сделать вывод, что наиболее важными критериями при выборе учебного заведения для абитуриентов являются: востребованность выпускников на рынке труда, стоимость обучения и престиж вуза.

Библиографический список

1. Абдульманов, И.М. Экономическая конкурентоспособность хозяйствующих субъектов: автореф. ... дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01/ И.М. Абдульманов; Казанский гос. фин.-экон. ин-т. – Казань, 2006. – 20 с
2. Абрютин, М., С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности / М.С. Абрютин. — М.: ДиС, 2010. — 464 с.
3. Александров, О.А. Экономический анализ: Учебное пособие / О.А. Александров, Ю.Н. Егоров. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 288 с.
4. Голик А. Система внешних факторов конкурентоспособности вуза / А. Голик // Высшее образование в России. 2007. № 7. С. 131-135.

5. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для академического бакалавриата / И. М. Лифиц. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 392 с
6. Фасхиев, Х.А. Оценка конкурентного потенциала и конкурентоспособности высшего учебного заведения / Х.А. Фасхиев, И.М. Гараев – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [URL:http://ineka.ru/scitech/](http://ineka.ru/scitech/) (дата обращения: 02.12.2022)

Оригинальность 96%