

Секция 3

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 378.4-047.43+339.137.2

УЧАСТИЕ В МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГАХ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ УНИВЕРСИТЕТА

М. А. Бабицкая

Белорусский государственный университет информатики
и радиоэлектроники, Минск

Рассмотрена проблематика развития конкурентных преимуществ университета с целью продвижения на рынке образовательных услуг. Предлагается в качестве приема развития этих преимуществ рассматривать позиционирование университета посредством использования наиболее высоких результатов участия в мировых рейтингах университетов QS, THE, RUR. Прием позволяет содержательно укрепить бренд университета, обогатив его характеристиками, убеждающими потенциальных потребителей образовательных услуг выбирать этот университет в качестве места получения высшего образования.

Ключевые слова: конкурентоспособность университета; конкурентные преимущества; бренд университета; мировой рейтинг; рынок образовательных услуг.

PARTICIPATION IN WORLD RANKINGS AS A WAY TO ACHIEVE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE UNIVERSITY

M. Babitskaya

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk

The problems of development of competitive advantages of the university with the purpose of promotion in the market of educational services are considered. It suggests

that as a way to develop these advantages, consider the positioning of the university by using the best results of participation in the world rankings of universities QS, THE, RUR. The technique allows us to strengthen the brand of the university, enriching it with characteristics that convince potential consumers of educational services to choose this university as a place of higher education.

Keywords: university competitiveness; competitive advantages; university brand; world rating; market of educational services.

Укрепление репутации и усиление конкурентных преимуществ является приоритетным целеполаганием каждого университета. При построении стратегии развития и усиления своих конкурентных преимуществ целесообразно использовать возможности участия в глобальных рейтингах.

При проведении SWOT-анализа университета роль показателей и критериев глобальных рейтингов, в которых участвует вуз, следует относить к сильной стороне его деятельности.

Рейтинговая оценка деятельности вуза содержит существенные возможности конкурентного преимущества, так как способствует повышению роста его узнаваемости на международном уровне.

Конкурентные преимущества университетов могут определяться посредством установленных весовых коэффициентов показателей глобальных гибридных рейтингов – QS, THE, RUR. Наиболее весомые направления деятельности университетов представлены в возрастающей последовательности следующим образом: исследовательская деятельность, взаимодействие со стейкхолдерами (национальные и международные образовательные и научные организации, бизнес-круги); кадровое обеспечения образовательного процесса; продвижение в виртуальной среде, диверсификация экспорта услуг в сфере образования; академическая мобильность.

Оценка деятельности университета, определенная в мировом рейтинге, позволяет оказывать убеждающее воздействие на стейкхолдеров, таких как научные сообщества, выступающие за включение университета в исследовательские коллаборации; учреждения образования – партнеры, желающие реализовать совместные образовательные программы; потенциальные потребители образовательных услуг, заинтересованные в получении высшего образования.

При этом креативный подход в брендинге требует, помимо транслирования имиджа и миссии университета, создания путей и способов позиционирования его на рынке образовательных услуг.

Позиционирование университета с обширным географическим ареалом других вузов в мировом рейтинге формирует у потребителя представление о его успешной интеграции в мировое образовательное пространство и высоком уровне интернационализации.

При проведении SWOT-анализа университета роль показателей и критериев глобальных рейтингов, определяющую продвижение в мировых рейтингах, следует отмечать в качестве сильных сторон университета. Это содержит существенные возможности конкурентного преимущества. При этом благоприятно формируются внешние возможности университета, в частности рост его узнаваемости на международном уровне.

В мировых рейтингах показателем удовлетворения потребностей обучающихся является кадровое обеспечение образовательного процесса, так как профессорский и преподавательский состав университета являются акторами образовательных и научных услуг.

В сознании потенциальных и реальных студентов залогом высокого качества высшего образования является привлекательный, благоприятный имидж научных и педагогических работников кафедры, факультета, университета, в котором они проходят обучения. Здесь важны все атрибуты сконструированного образа научного и педагогического работника: авторитет ученого, репутация и узнаваемость в академических кругах, ассоциации с направлениями науки и учебными дисциплинами, мнение общественности о педагогической деятельности и ее результатах.

Преимущественную оценку в мировом рейтинге заслуживает университет, ведущие педагоги и научные сотрудники которого имеют высокие транспарентные показатели результатов научного труда, мнения академической среды и общественности об их деятельности. Это способствует повышению узнаваемости университета в мировой научной и академической среде.

В свою очередь, формированию потенциала конкурентоспособности университета способствуют такие профессиональные качества научно-педагогических работников, как динамика реагирования на развитие научных и социальных процессов вокруг научных идей, способность к деловым и научным коммуникациям, умение предвосхищать результат на ранних стадиях исследования, стремление ставить научные интересы выше собственных и добиваться высоких результатов, поддержание собственного профессионального имиджа посредством работы с электронными научными ресурсами в интернет-пространстве.

Целесообразно полагать, что для развития конкурентных позиций подготовка и участие университета в мировых рейтингах является перманентным, целенаправленным, многокомпонентным процессом.

Список использованных источников

1. Волкова, О. Н. Тотальная прозрачность: рейтинги и индексы в отечественном образовании и науке / О. Н. Волкова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 31. – С. 13–22.
2. Габриелян, А. М. Акторы повышения конкурентоспособности университета: международный опыт / А. М. Габриелян // Человек. Сообщество. Управление. – 2017. – Т 18, № 2. – С. 85–96.
3. Глушенкова, Л. Т. Воздействие рейтинга и сетевого имиджа высшего учебного заведения на академическую мобильность иностранных студентов: (на примере Дальневосточного федерального университета) / Л. Т. Глушенкова, С. В. Коваленко // Интернет-журнал «Науковедение». – 2017. – Т. 9. – № 4. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/78EVN417.pdf>.
4. Ефимова, И. Н. Рейтинг и бренд вуза как инструменты реализации политики менеджмента качества системы высшего образования / И. Н. Ефимова, А. В. Маковейчук // Вестник РУДН. Серия: Государственное и муниципальное управление. – 2016. – № 4. – С. 40–56. – Режим доступа: <http://journals.rudn.ru/public-administration>.
5. Заярная, И. А. Анализ существующих подходов к осуществлению оценки конкурентоспособности вуза / И. А. Заярная, М. В. Картавых.
6. Капустина, Л. М. Восприятие бренда университета в контексте модели «Колесо бренда» / Л. М. Капустина, Е. А. Жадько, Н. Б. Изакова // Управление. – 2017. – № 5(69).
7. Кузнецов, Д. Л. Факторы конкурентоспособности вуза / Д. Л. Кузнецов // «Инновации и инвестиции». – 2021. – № 3. – С. 116–120.
8. Лопаткин, П. Е. Конкуренция и конкурентоспособность вузов в мировом образовательном пространстве / П. Е. Лопаткин. – Изд. дом «Среда». – С. 1–5
9. Нурмухаметова, В. В. Проблемы идентичности преподавателей высшей школы (социально-философский аспект) / В. В. Нурмухаметова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 12. – Ч. 1. – С. 135–137. – Режим доступа: <https://www.gramota.net/materials/3/2016/12-1/37.html>. – Дата доступа: 15.03.2023.
10. Сидорова, В. Л. Формирование эффективного имиджа вуза / В. Л. Сидорова // Вестник ВолГУ. – 2008. – Серия 6. – Вып. 11. – С. 13–20.