

## ECONOMICS OF EDUCATION

---

Sazonov S. P., Kharlamova E. E., Gorshkova N. V., Polyanskaya E. A.

### COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE REGIONAL SUPPORT UNIVERSITY AND ITS ROLE IN THE REGIONAL DEVELOPMENT STRATEGY

Sazonov S. P., Kharlamova E. E., Gorshkova N. V., Polyanskaya E. A. Russia

Volgograd State Technical University, Volgograd  
Volgograd State University, Volgograd

#### Abstract

In the context of higher education increasing competition in the labor market and educational services are also forced to seek sources of competitive advantage. The need to understand the requirements of a highly volatile environment encourages universities to explore new ideas, building management systems and structure adequate to the demands of consumers and business partners. The article discusses the concept and types of competitive advantages of the university and conducted their analysis on the example of the regional support university of Volgograd region.

**Keywords:** university, competitive advantages, competitiveness, region development strategy.

#### Введение

В современных условиях конкурентные преимущества обеспечивают себе те вузы, которые способны проводить более восприимчивый анализ внешней среды, осуществлять постоянный мониторинг информационно ненасыщенных областей, обеспечивать стратегическую гибкость и быструю реализацию идей предпринимательства. Такие вузы работают в рамках стратегического

рыночного управления, которое носит преактивный упреждающий характер. Особенно актуально это становится для вновь созданных опорных вузов в регионах России.

Основным, на наш взгляд, является понятие компетенций, которые представляют собой основу для формирования конкурентных преимуществ. Если нет квалифицированного и знающего персонала (профессорско-преподавательского состава и сотрудников), если вуз не имеет развитую управленческую и организационную инфраструктуру, то он не может обладать конкурентными преимуществами, а следовательно, не может иметь более высокие показатели результативности в долгосрочном периоде по сравнению с конкурентами.

### **Материалы исследования**

В литературе существует несколько определений понятия «конкурентные преимущества вуза». В частности в работе [1] конкурентные преимущества вуза определяются как «характеристики, свойства марки или образовательных продуктов и услуг, которые создают для образовательного учреждения определенное превосходство над своими прямыми конкурентами». Авторы отмечают, что эти характеристики «могут относиться как к самим образовательным продуктам, так и к дополнительным услугам, формам обучения, сбыта или продаж...».

Согласно Е.Д. Липкиной, конкурентные преимущества вузов – это «заключенные в результатах деятельности вузов отличительные ценности, возможность получения которых побуждает клиента принять решение в пользу конкретного учебного заведения». В итоге способность вузов обеспечить наличие таких ценностей и сохранить их впоследствии создают для них определенное превосходство над прямыми конкурентами [2].

А согласно работе Т.К. Екшикеева конкурентные преимущества вуза основываются лишь на компетенциях его персонала, т.е. в основе конкурентных преимуществ лежит специфический опыт работы, навыки и профессионализм сотрудников учебного заведения, которыми не обладают конкуренты и которые нельзя приобрести за короткий отрезок времени. [3]

Важнейшей предпосылкой для детального анализа конкурентных преимуществ является их классификация. Наиболее подробные классификации конкурентных преимуществ объектов представлены в работах исследователей Г.Л. Азоева, А.П. Челенкова и Р.А. Фатхутдинова.

По словам Р.А. Фатхутдинова конкурентоспособность вуза – это его способность:

1) готовить специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу на конкретном внешнем или внутреннем рынке труда;

2) разрабатывать конкурентоспособные новшества в своей области;

3) вести эффективную воспроизводственную политику во всех сферах своей деятельности. [4]

При этом механизм управления конкурентоспособностью вуза состоит из следующих взаимосвязанных компонент: миссия вуза, его связи с внешней средой, инструменты новой инновационной экономики, применение которых может обеспечить конкурентоспособность вуза, принципы, функции и методы управления.

Исходя из определений Р. Фатхутдинова [4], можно отметить, что конкурентоспособность вуза определяется его способностями удовлетворять потребности общества в образовательных услугах в соответствии с государственными стандартами и делать это не хуже, чем у имеющихся на рынке конкурентов.

### Результаты и обсуждения

Таким образом, для формирования стратегической (долгосрочной) конкурентоспособности вуза следует управлять компетенциями и конкурентными преимуществами краткосрочного и долгосрочного порядка [4]. Таким образом, конкурентные преимущества вуза можно разделить на внешние и внутренние (рисунок 1).



Рис.1 Классификация конкурентных преимуществ вуза

Также конкурентные преимущества вуза (КП) можно дифференцировать исходя из базовых условий, определяющих характер источника конкурентных преимуществ (в соответствии с подходом Г.Л. Азоева и А.П. Челенкова к классификации КП фирмы) [5]:

1. КП, основанные на экономических факторах: наличие более высокого платежеспособного спроса на рынках сбыта; дополнительное государственное финансирование или наличие других источников финансирования (спонсоры, заказчики НИОКР и т.п.); низкая эластичность спроса на услуги вуза (например, в связи с его высокой престижностью); наличие эффекта масштаба в связи с широким охватом образовательного рынка; наличие эффекта опыта, отражающего высокую квалификацию кадров и более низкие удельные затраты и т.п.;

2. КП, основанные на нормативно-правовых актах. Эти преимущества существуют в силу законов, постановлений, особых привилегий и других решений органов власти, Министерства образования и науки и его структур в отношении отдельных вузов.

3. КП структурного характера: возникают за счет эффективного использования возможностей вертикальной и горизонтальной интеграции вуза с его партнерами: создание учебно-производственных комплексов непрерывного образования, университетских комплексов, вхождение в структуру федеральных университетов, участие в образовательных кластерах и т.п.

4. КП, вызванные административными мерами: такие преимущества могут возникнуть, например, у региональных вузов по сравнению с филиалами столичных на их территории благодаря использованию административного (местного) ресурса.

5. КП, определяемые уровнем развития инфраструктуры рынка. Развитость транспортной, коммуникационной, информационной и других подсистем инфраструктуры региона позволяет вузам получать преимущества при ее использовании. Очевидно, что наиболее развитая инфраструктура характерна для столичных и крупных российских городов, что дает преимущества в ее использовании находящимся там вузам. Так, Московские и Питерские вузы традиционно имеют более развитую систему взаимоотношений с иностранными партнерами. Они же традиционно являются центрами сосредоточения интеллектуальных, информационных ресурсов и развития определенных научных направлений, центрами проведения семинаров, конференций и симпозиумов.

6. КП, связанные с развитой научной деятельностью вуза. Развитая научная деятельность позволяет вузу привлекать ресурсы в виде грантов и других методов целевого финансирования НИОКР. Развитая научная деятельность является основой формирования высококвалифицированного штата профессорско-преподавательского состава и качества учебно-методической работы, напрямую влияющих на качество образовательной услуги.

7. КП, связанные с эффективной организацией учебно-методической работы и высоким качеством образовательных услуг:

современные технологии обучения, регулярное повышение квалификации профессорско-преподавательского состава, высокое качество учебно-методической работы, оснащенность компьютерами, использование современных информационных технологий в учебном процессе и т.п.

8. КП, основанные на географических факторах. Мы уже отмечали, что местоположение вуза является определяющим в условиях роста конкуренции. Столичные вузы имеют существенные преимущества по этому фактору в отличие от вузов региональных.

9. КП, определяемые хорошей информированностью руководства вуза. Информация о возможных изменениях в законодательстве, в деятельности конкурентов, в образовательных технологиях и т.п. помогают вузу быстрее адаптироваться к новым условиям, что способствует росту его конкурентоспособности.

Можно классифицировать КП вуза, основываясь на типологии С.В. Никифоровой и А.Н. Мамрова, выделяющих КП, основанные на материальных и нематериальных ресурсах фирмы [6]. В отношении вуза эти КП можно классифицировать следующим образом в таблице 1.

Таблица 1  
Конкурентные преимущества вуза, основанные на материальных и нематериальных ресурсах

КП, основанные на материальных ресурсах		КП, основанные на нематериальных ресурсах	
КП, основанные на трудовых ресурсах	Стоимость рабочей силы (профессорско-преподавательского состава)-производительность вуза	КП, обеспеченные нематериальными активами	1.Маркетинговые активы (стоимость бренда) 2.Технологические активы (патенты, лицензии) 3.Художественные активы (фильмы, ролики) 4.Клиентские активы
КП, основанные на технологических ресурсах	Эффективность используемых образовательных технологий (качество, уровень, ресурсоотдача)	КП, обеспеченные интеллектуальным и ресурсами	1.Уровень развития ППС и работников 2.Личностные качества ППС и работников 3.Творческий потенциал и работников 4.Инновационный потенциал ППС и работников
КП, основанные на финансовых ресурсах	1.Наличие устойчивых источников финансирования 2.Объем внебюджетных средств 3.Эффективность использования финансовых ресурсов	КП, обеспеченные отношениями	1.Отношения с покупателями 2.Отношения со стейкхолдерами 3.Отношения с госорганами контроля (Министерство образования и науки) 4.Отношения с партнёрами и конкурентами
КП, основанные на информационных ресурсах	1.Качество информации 2.Стоимость информации	КП, обеспеченные организационным и ресурсами	1.Качество управления 2.Эффективность управленческих технологий процессов принятий решений 3.Развитость корпоративной культуры 4.Уровень организации и т.п.

По словам Екшикеева Т.К., конкурентные преимущества вуза по аналогии с конкурентными преимуществами фирмы можно делить на краткосрочные и долгосрочные, а также на легко и трудно копируемые конкурентами [3]. В его работе предлагается классифицировать конкурентные преимущества вуза по элементам конкурентного потенциала, к которым они относятся, причем эти элементы автор называет «функциональными потенциалами» и выделяет следующие: учебно-методический и инновационный; научно-исследовательский; человеческий; финансово-экономический; социальный; управленческий; маркетинговый.

Рассмотрим конкурентные преимущества вуза на примере регионального опорного вуза Волгоградской области.

Программа Министерства образования и науки РФ, предполагающая формирование опорных Вузов, направлена на создание сильных университетов в российских регионах, которые на основе объединения научных баз, кадровых и финансовых ресурсов смогут обеспечить трансформацию системы кадровой подготовки, привлечь сильных студентов, создать научные лаборатории и обеспечить кооперацию с крупными отраслевыми предприятиями региона.[7]

Волгоградский государственный технический университет (ВолгГТУ)- ведущий Вуз Поволжья, крупный научный центр Юга России, как опорный региональный Вуз призван не только обеспечивать регион квалифицированными востребованными кадрами, но и стать центром регионального развития. [8]

К основным конкурентным преимуществам университета относятся:

- ВолгГТУ представляет собой современный многокампусный университет, обладающий перспективной образовательной инфраструктурой (научно-технической библиотекой, мультимедийными аудиториями, лабораториями с современным оборудованием);

- развитая система поддержки талантливой молодежи (реализация специальных проектов и программ, системы олимпиад, программ поддержки творческой деятельности студентов, стипендиальных программ по всем направлениям студенческой активности и т.д.);

- успешный опыт реализации крупных программ и проектов («Программы стратегического развития», «Новые кадры ОПК», создания инжиниринговых центров), выполнения крупных проектов, финансируемых РФ, федеральными целевыми программами, промышленными предприятиями области;

- наличие развитых научных школ, осуществляющих исследования и разработки на мировом уровне и востребованных в регионе в области химии, материаловедения, транспортного машиностроения, продуктов питания, градостроительства;

- наличие в структуре университета Волжского научно-технического комплекса (ВНТК) – структурного подразделения, в котором создаются образцы и прототипы новой наукоемкой техники и материалов, а также выполняется отработка новых технологических процессов производства гражданского и оборонного назначения;

- университет реализует широкий спектр образовательных программ бакалавриата, специалитета, магистратуры, аспирантуры, программ дополнительного образования, разработанных как по заказам предприятий и организаций, так и с учетом перспективных потребностей региональной экономики, предоставляя максимальные возможности для профессиональной ориентации;

- сформированный в течение периода функционирования (более 85 лет) бренд, способствующий узнаваемости во внешней среде и соответствующему восприятию у различных групп общественности. Широкая известность (в академической, научной и общественной среде) и высокий статус ректора, президента, проректоров, руководителей ряда структурных подразделений вуза, сформированных научных школ, членов профессорско-преподавательского состава, сотрудников, студентов и аспирантов (о чем свидетельствует наличие у них государственных и прочих наград и почетных званий) являются важнейшей имиджевой характеристикой университета и позиционируют университет как успешный вуз;

- широкий диапазон трудоустройства выпускников университета и их успешность (доля выпускников ВолгГТУ, трудоустроенных в течение 2015 года, составляет более 90%, при среднем трудоустройстве выпускников ВУЗов Волгоградской области 76 %; средняя заработная плата выпускников ВолгГТУ составляет 111% от средней заработной платы по региону).

На базе конкурентных преимуществ вуза может формировать стратегию развития и конкурентную стратегию. Конкурентные преимущества также определяют направления развития ключевых компетенций и влияют на дальнейшую интеграцию вуза в инновационную инфраструктуру региона и поиск новых источников финансирования его научно-исследовательской деятельности . [9]

Роль опорного вуза в регионе определяется его целевой моделью: обеспечение опережающей подготовки высококвалифицированных специалистов, востребованных во всех сферах экономической деятельности региона: инженеров-конструкторов, технологов, экономистов производственного и строительного секторов экономики, строителей, программистов, архитекторов, специалистов для отраслей машиностроения, металлургии, химической промышленности, предприятий ОПК, жилищно-коммунального хозяйства, транспорта. Подготовка по большей части перечисленных специальностей, а также

формирование целого ряда профессиональных компетенций в регионе осуществляется только в ВолгГТУ.

Кроме подготовки специалистов по основным образовательным программам высшего образования, университет осуществляет подготовку специалистов среднего звена (техников, техникув-технологов), переподготовку кадров и повышение квалификации специалистов и руководителей предприятий и организаций региона, ведет профессиональное обучение.

Университет выполняет большой объем прикладных исследований по естественно-научным и техническим направлениям для предприятий реального сектора, реализует научно-технологическую образовательную цепочку «ВолгГТУ – ВНТК – промпредприятие», использует результаты исследований в учебном процессе для формирования соответствующих профессиональных компетенций при подготовке специалистов. Площадка ВНТК позволяет привлечь структурные подразделения и малые инновационные предприятия к выпуску конкурентоспособной наукоемкой продукции, решению задач импортозамещения, продвижению научных разработок ВолгГТУ на рынки наукоемкой продукции.

Университет актуализирует свой портфель образовательных и научных продуктов в соответствии с выделенными программой развития региона «точками роста» в следующих сегментах ключевых отраслей экономики: металлургическое производство (производство готовых металлических изделий); производство стройматериалов (производство изделий из бетона и гипса); пищевая промышленность (консервирование и переработка овощей, производство кормов для животных, производство растительного масла и жиров); производство машин и оборудования (нефтегазового оборудования, автобусов, электрооборудования); химическое производство (производство резиновых изделий и изделий из пластмассы); производство нефтепродуктов; транспорт и связь; производство, передача и распределение тепловой энергии; добыча полезных ископаемых.

### **Выводы**

Опорный университет выступает коммуникационной площадкой для осуществления конструктивного взаимодействия с представителями бизнеса, власти, науки, образования, общественности, являясь инициатором проведения на своей базе переговоров, совещаний, конференций, съездов, симпозиумов и т.д.

Опорный университет участвует в разработке региональных программ развития, а также ориентирует свою стратегию развития в области образовательной и научной деятельности под ключевые направления развития региона на основе учета интересов стейкхолдеров.



Под влиянием внешних стейкхолдеров осуществляются регулярные корректировки в приоритетах образовательной, научной, инновационной, социально-воспитательной деятельности. [11]

В программе развития опорного вуза заложена модернизация образовательной деятельности, научно-исследовательской и инновационной деятельности, системы управления университетом, улучшение деловой репутации опорного университета в регионе, отношение к нему со стороны властей и работодателей. [8]

Таким образом, как опорный региональный вуз призван не только обеспечить регион квалифицированными востребованными кадрами, но и стать центром регионального развития. Совершенствование стратегического управления университетом при согласовании с долгосрочными планами и прогнозами развития региона должно обеспечить предпосылки для успешной реализации модели регионального опорного вуза и ее динамическую трансформацию под влиянием внешней региональной среды, развитие которой является одним из ключевых приоритетов.

**References:**

- [1] Borisova Yu. V. Analysis of the competitiveness of the educational institution / Yu. V. Borisova, N.V. Tikhomirova // Open obrazovanie.- 2002.- №2.- pp 56-58.
- [2] Lipkina E.D. Ensuring the competitiveness of higher education institutions in the implementation of effective marketing deyatelnosti.- Omsk OSPU Publisher, 2009 . -p.358
- [3] Ekshikeev T.K. competitiveness and competitive advantages of high school // Problems of modern ekonomiki.- 2009.- №4.- p.392-396.
- [4] Fatkhutdinov R.A. Management of competitiveness of the organization - M .: Market DS, 2008.- 426 p.
- [5] Azoev G.L. Competitive advantages of the company / Azoev G.L., A.P. Chelenkov - M .: "Typography" News ", 2007.- 255 p.
- [6] Nikiforov S.V. Competitive advantages of the company / S.V. Nikiforov, A.N. Mamrov - SPb .: Publishing house SPSUEF 2004.
- [7] Expert Council of 11 high school applications for the establishment of reference approved by the Russian Ministry of Education universities - URL: <http://minobrnauki.rf/novosti/7780>
- [8] The federal state budgetary educational institution of higher education development program "Volgograd State Technical University", aimed at the formation of the support of the University for the purpose of socio-economic development of Volgograd region URL: [http://www.vstu.ru/files/webmaster/page/7023/programma\\_opornogo\\_universiteta.pdf](http://www.vstu.ru/files/webmaster/page/7023/programma_opornogo_universiteta.pdf)

- [9] The mechanism of financing the research activities of the regional reference university / S. P. Sazonov, E. E. Kharlamova, E. A. Polyanskaya, Y. A. Arefkina, V. A. Ohanjanyan // *Economy and Entrepreneurship*. - 2016. - № 5. - p. 792-796.
- [10] Kharlamova E. E. Corporate approach to managing a modern university: Monograph / E. E. Kharlamova / VolgGTU.- Volgograd, 2016.- 160 p.
- [11] Kharlamova, E. E. The role of the interaction of the university with the stakeholders in the region development / E. E. Kharlamova, A. P. Podolskaya, Y. A. Arefkina // *Economics of Education*. - 2016. - № 4. - P. 77-92.