



Устойчивая конкурентоспособность российских ВУЗов: опыт для транспортных университетов в условиях цифровизации

Нехорошков Владимир Петрович,
д-р экон. наук, профессор,
заведующий кафедрой
«Мировая экономика и туризм»



Конкурентная среда ВУЗов



- выявление и ранжирование конкурентов,
- разработка эффективных конкурентных стратегий и механизмов



- обеспечение собственной конкурентоспособности
 - вклад в конкурентоспособность системы высшего образования
- реализация конституционных прав граждан

Конкурентоспособность университета

Конкурентоспособность – характеристика **университета**, позволяющая ему достигать превосходства перед конкурентами образовательных услуг в долгосрочной перспективе, определяемая неким совокупным потенциалом

квалификация профессорско-преподавательского состава, развитость научно-методической и материально-технической базы, широта охвата областей подготовки и качество подготавливаемых специалистов

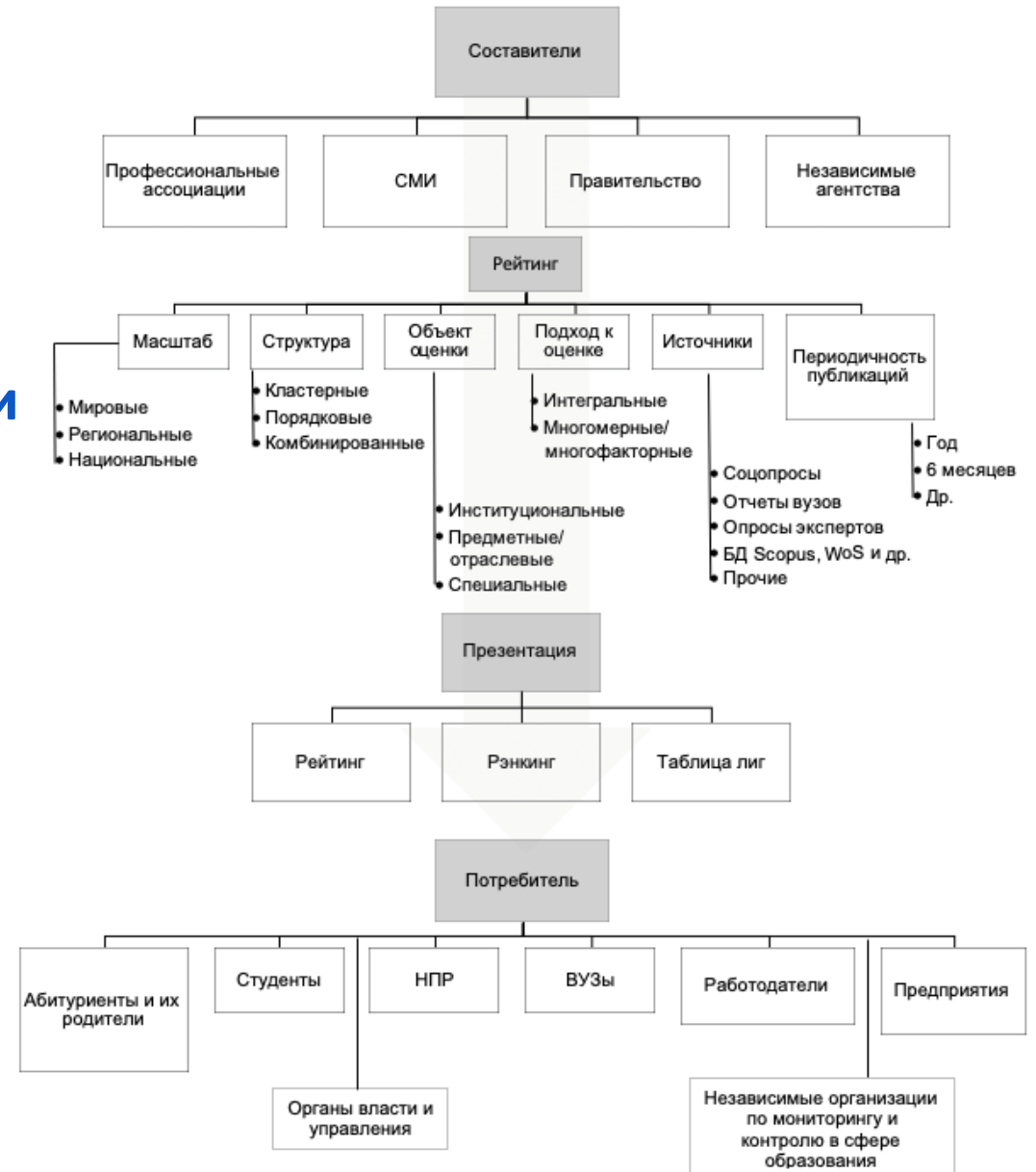
совокупность ресурсов, являющихся катализатором долгосрочных конкурентных преимуществ

Конкурентоспособность университета



Рейтинги конкурентоспособности

Рейтинги как отражение результативности работы университета, направленной на формирование собственной конкурентоспособности



Международные рейтинги

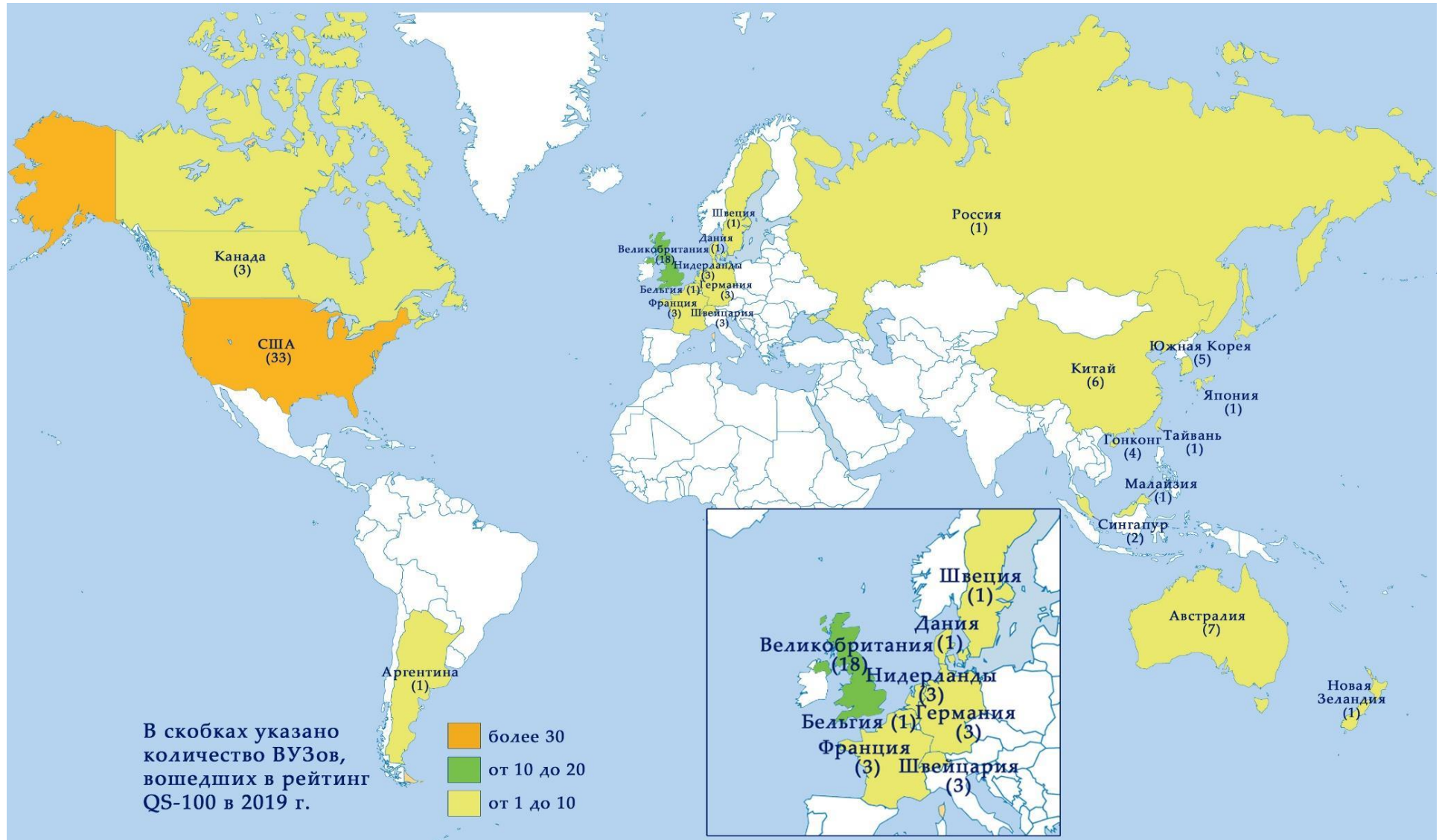


число выпускников-лауреатов Нобелевской премии, Филдсовской премии и премии Тьюринга (Alumni) – 10%; число сотрудников-лауреатов Нобелевской премии, Филдсовской премии и премии Тьюринга (Award) – 15%; число высоко цитируемых исследователей (HiCi) – 25%; число статей, проиндексированных в Science Citation Index - Expanded и Social Sciences Citation Index (PUB) – 25%; процент статей, опубликованных в ведущих 20% журналов в каждой области (TOP) – 25%.

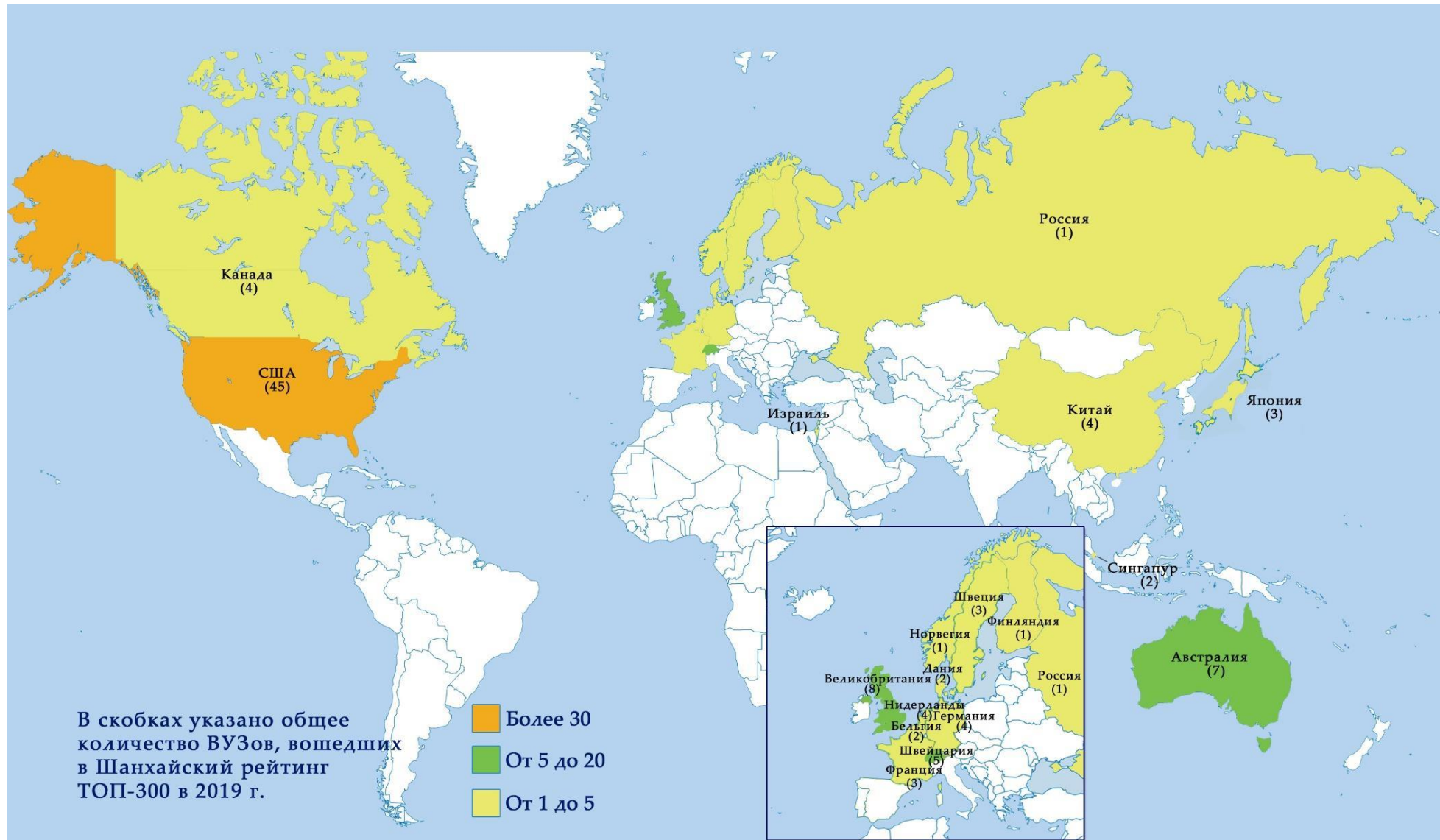


академическая репутация; репутация среди работодателей; количество цитирований на одну публикацию; Индекс Хирша.

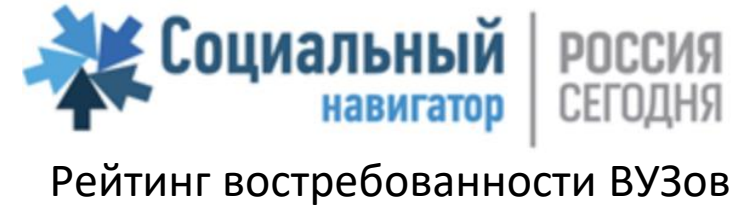
Предметный рейтинг QS



Шанхайский рейтинг



Российские рейтинги



образовательная деятельность – 20%, научно-исследовательская деятельность – 20%, социальная среда – 15%, международная деятельность – 15%, бренда вуза – 15%, инновации и предпринимательство – 15%

условия для получения качественного образования – 50%, условия востребованности работодателями выпускников вуза – 30%, уровень научно-исследовательской деятельности – 20%

доля выпускников, получивших направление на трудоустройство после завершения профессиональной подготовки по очной форме обучения, доля доходов от НИР, образовательных услуг сторонним организациям, индекс цитирования трудов

Устойчивость лидерства конкурентных позиций

$$SC = 1 - \frac{N_{fact} - N_{min}}{N_{max} - N_{min}},$$

где N_{fact} – фактическое количество лидеров, вошедших во все анализируемые множества;

N_{min} – минимально возможное число лидеров, вошедших во все анализируемые множества;

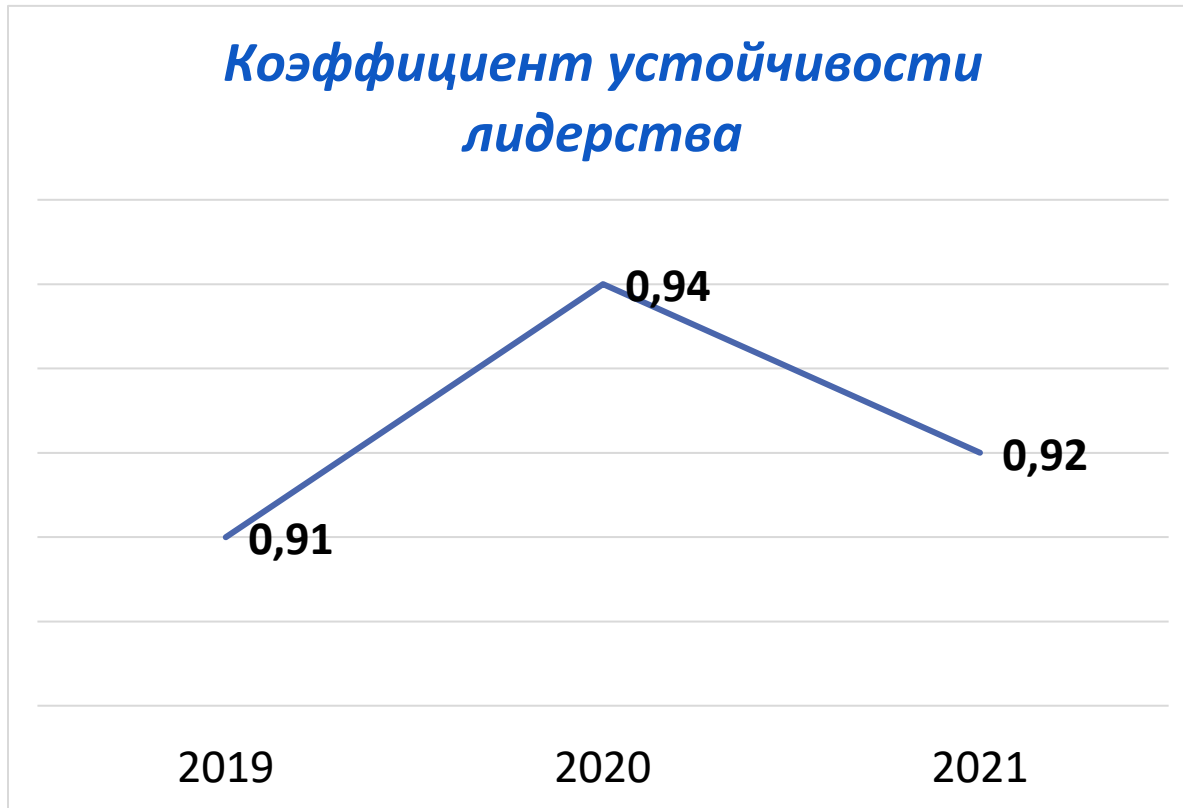
N_{max} – максимально возможное число лидеров, вошедших во все анализируемые множества.

Лидерство будем считать **устойчивым**, если **топ-30** каждого из общепризнанных национальных **рейтингов** представлен одними и теми же **университетами** по критериям

от 0 по 0,4 – низкая устойчивость лидерства; от 0,4 по 0,7 – средняя устойчивость лидерства; от 0,7 по 1 – высокая устойчивость лидерства.

Устойчивость лидерства конкурентных позиций

*Коэффициент устойчивости
лидерства*



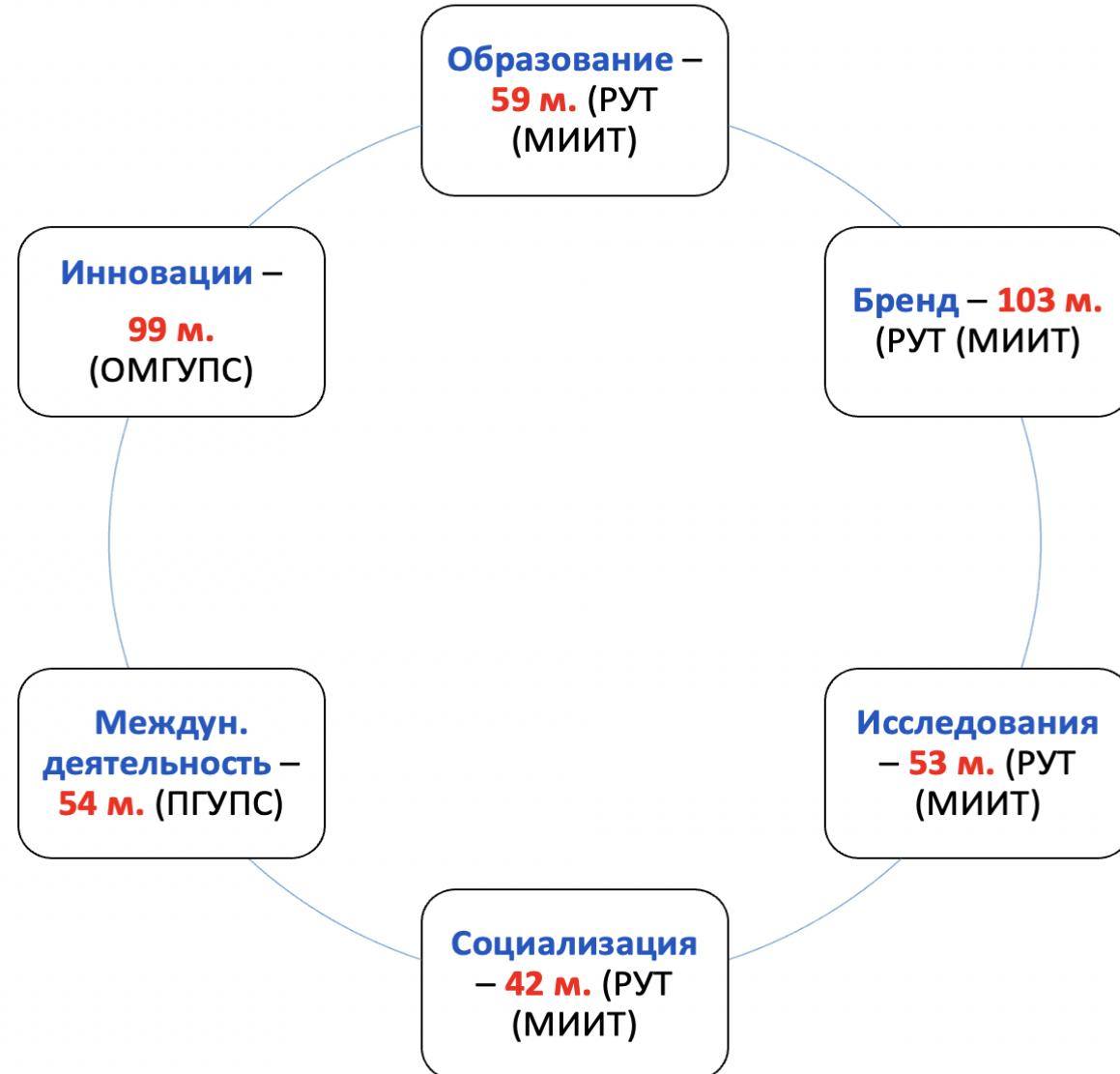
Наиболее **конкурентоспособные университеты** сохраняют **лидирующие позиции** сразу **по нескольким ключевым критериям**, по которым формируются **национальные рейтинги**



Отсутствует компенсационный механизм, когда высокий уровень конкурентоспособности по одним критериям компенсирует низкий уровень по другим

Позиции транспортных университетов

Лучшее итоговое место
транспортного университета в
2021 г. (Рейтинг Интерфакс) –
70 место (РУТ (МИИТ))



Бренд как наиболее проблемный критерий транспортных университетов

Бренд (согласно методологии рейтинга) – совокупность ценностей **академической и корпоративной культуры**, которые **транслируются целевым аудиториям** в соответствии с миссией университета

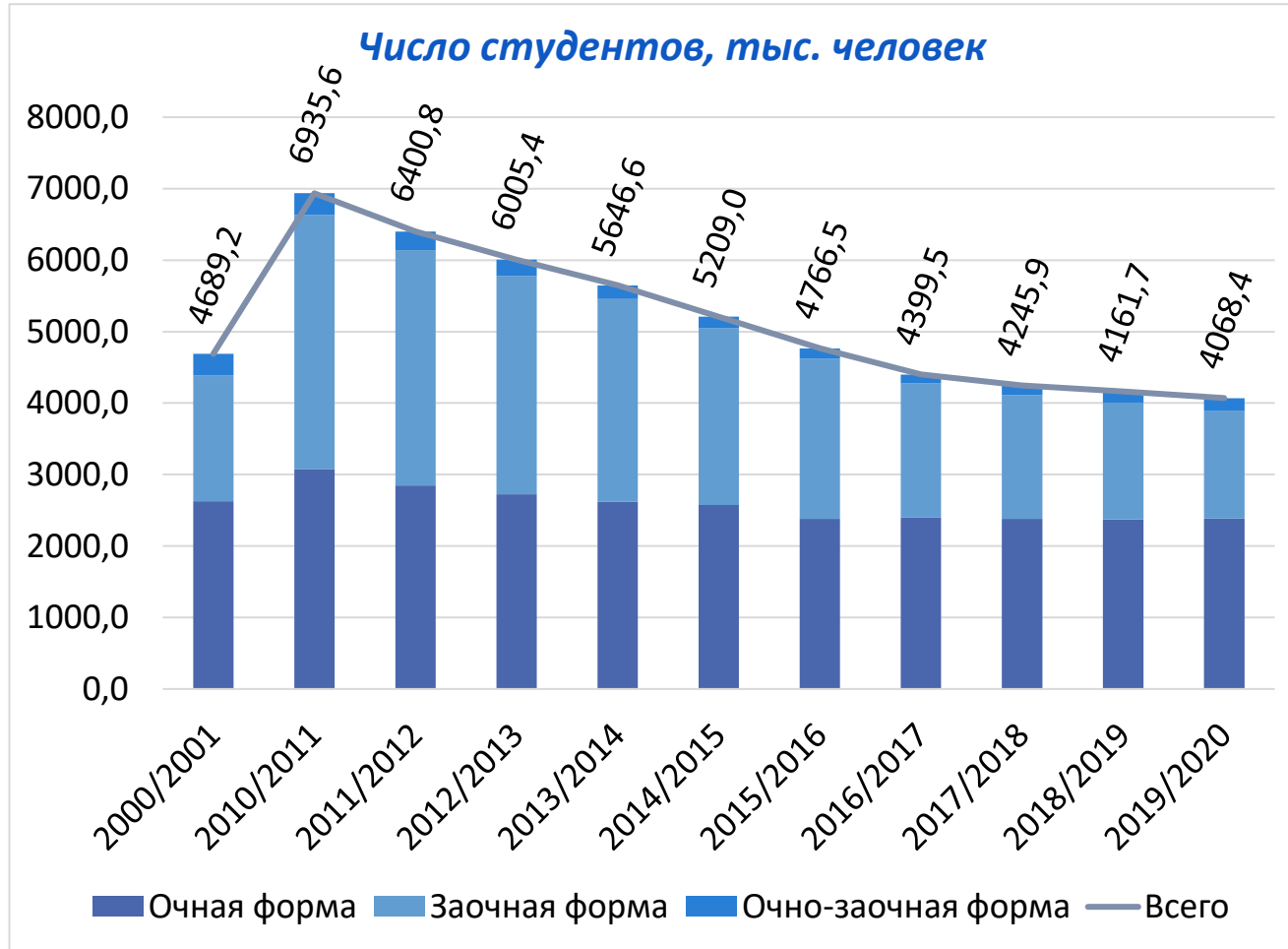


Цифровая трансформация образования

обновление планируемых образовательных результатов, содержания образования, **методов и организационных форм учебной работы**, а также оценивания достигнутых результатов в **быстро развивающейся цифровой среде** для кардинального улучшения образовательных результатов каждого обучающегося

- **Построение цифровой экономики и цифрового образования – приоритеты государственной политики РФ** (Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 “О Стратегии развития информационного общества; Национальная программа “Цифровая экономика Российской Федерации»; Распоряжение Правительства РФ от 21 декабря 2021 г. № 3759-р Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации науки и высшего образования; Постановление Правительства РФ от 16 ноября 2020 г. № 1836 «О государственной информационной системе «Современная цифровая образовательная среда»)
- ✓ Необходимость адаптации системы образования к запросам цифрового общества
 - ✓ Формирование, поддержание и развитие навыков, актуальных для Индустрии 4.0

Цифровая среда конкуренции



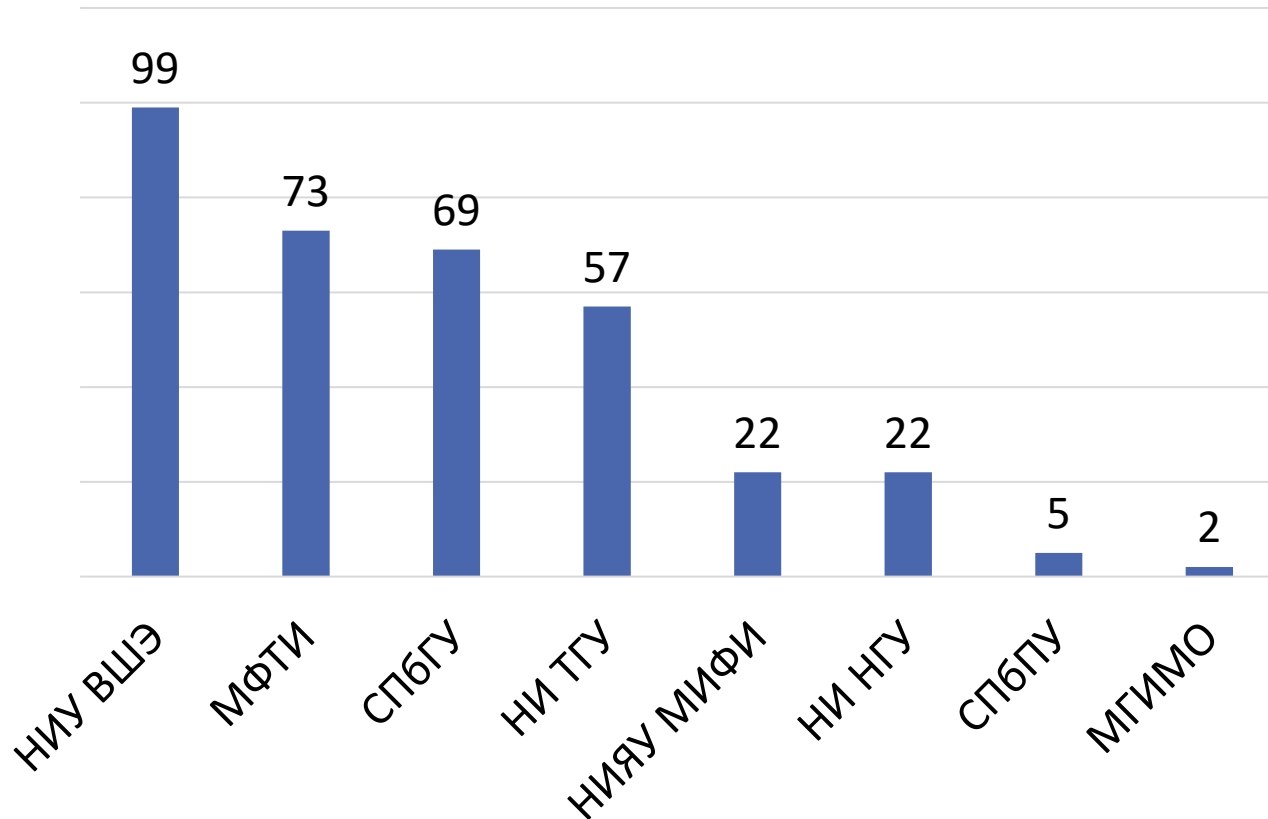
Конкурентная борьба, в том числе за студентов, осуществляется **в цифровой научно-образовательной среде**



Особое внимание при выработке **конкурентной стратегии транспортных университетов**

Платформизация образования

Число курсов на онлайн-платформах



Университеты с устойчивыми лидерскими конкурентными позициями не просто используют самые различные цифровые инструменты, которые направлены на повышение известности университета в сети Интернет, а **распространяют ценности своей академической и корпоративной культуры** через, например, формирование индивидуальных публичных профилей ученых университета, **создание и продвижение онлайн-курсов дисциплин на онлайн-платформах.**

Цифровые образовательные платформы России



ОШ
UNIWEB

УНИВЕРСАРИУМ —
ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА ЭЛЕКТРОННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ



Условие **повышение конкурентоспособности** — **перевод курсов** на иностранные языки, прежде всего, с учетом возможностей **привлечения студентов из Китая и Индии**

*Студенты из Китая и Индии заинтересованы в получении образования в российских **транспортных университетах***

Возможности и пути развития для транспортных университетов

Транспортные университеты России обладают безусловным **конкурентным потенциалом**, но уровень его **реализации не позволяет** им **входить в топ**

Для **улучшения конкурентных позиций** по наиболее проблемному критерию (**бренд**) необходимо **использование цифровых технологий**, что также соответствует задаче **цифровой трансформации образования**

Следует **активизировать действия**, направленные на решение задачи по разработке **уникальных образовательных программ** и их продвижению на образовательных **онлайн-платформах**

Решение данной задачи также будет способствовать **интеграции российского транспортного образования в евразийское научно-образовательное пространство**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

