

УДК 378

КОНКУРЕНЦИЯ КАК МНОГОУРОВНЕВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

С.В. Шиканов

Кузбасский государственный технологический университет, г. Кемерово

E-mail: svsch@mail.ru

Рассмотрена конкуренция и конкурентоспособность образовательного учреждения. Предложена система оценки образовательного учреждения для повышения его конкурентоспособности на рынке образовательных услуг и создание в образовательном учреждении системы мониторинга применительно к основным показателям конкурентоспособности, что могло бы стать базой для определения и поддержания высокого уровня конкурентоспособности.

Ключевые слова:

Конкурентоспособность учебного заведения, качество образовательных услуг.

Предприятия, функционирующие в рыночной среде, неизбежно сталкиваются с конкуренцией на рынке. Конкуренция для субъектов рыночной экономики форма соперничества между собой.

Образовательное учреждение является частью сформировавшейся в регионе сферы образования, входящей в одну из сфер народного хозяйства. Основной характеристикой, отражающей способность образовательного учреждения успешно предлагать свои услуги на рынке образования, является его конкурентоспособность.

Многообразие научных публикаций, которые посвящены вопросам конкурентоспособности и ее управлению, отражают объективную сложность для научного исследования. В частности существуют различные трактовки самого понятия конкурентоспособности. Рядом специалистов предпринята попытка дать характеристику понятию конкурентоспособности, однако в приложении к образовательным учреждениям, это зачастую делается с позиции конкурентоспособности услуги.

По мнению В. Андрианова, «конкуренция является одной из самых главных черт рыночного хозяйства. Именно она обеспечивает творческую свободу личности, создает условия для ее самореализации в сфере экономики путем разработки и создания новых конкурентоспособных товаров и услуг» [1. С. 47]. С точки зрения М. Интрилигейтора, именно здоровая конкуренция является «секретом рыночной экономики» [2. С. 133].

Конкурентоспособность образовательной услуги — это свойство, характеризующее ее возможности по предоставлению соответствующего уровня высококвалифицированных знаний по сравнению с лучшими аналогичными образовательными услугами, представленными на рынке. Степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик предлагаемого ее образовательного учреждения, удовлетворяющих требованиям потребителей, определяющее степень ее привлекательности на потребительском рынке, выделяющее сегменты этого рынка, принадлежащий данному образовательному учрежде-

нию, и препятствующее перераспределению этого рынка в пользу других образовательных учреждений, как в настоящее время, так и в будущем [3].

Самую исчерпывающую формулировку конкуренции можно считать определение, представленное в Законе РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Принимается во внимание, что конкурентоспособность — это интегральная характеристика образовательного учреждения. На конкурентоспособность образовательного учреждения оказывают влияние качество образовательных услуг (ОУ), цена, себестоимость, доступность и мобильность, имидж образовательного учреждения и другие факторы. Приоритетность факторов конкурентоспособности зависит от конкретных требований потребителей, поэтому для интеграции образовательного учреждения в российское и мировое образовательное пространство приоритетным фактором его конкурентоспособности будет оставаться качество.

Изучение различных подходов специалистов по проблемам конкуренции вообще и в частности к рынку ОУ позволяет нам представить конкуренцию на рынке ОУ как систему, рисунок.

В зависимости от групп услуг мы выделяем конкуренцию: на рынке базовых ОУ, на рынке дополнительного образования, на рынке готовых специалистов.

По методам конкуренция разделяется на *ценовую* (она контролирует цены, устанавливает своё влияние на рынке, использует соглашения, что характерно для рынка ОУ) и *неценовую* (она учитывает высокие характеристики по качеству продукции, по новизне, что свойственно рынку ОУ в меньшей степени).

Далее мы представляем две основные формы конкуренции. Эти формы должны быть использованы для преломления, применительно к рынку ОУ: *предметная* (конкуренция между разными учебными программами) и *функциональная* (конкуренция между учебными заведениями и специалистами разных направлений).

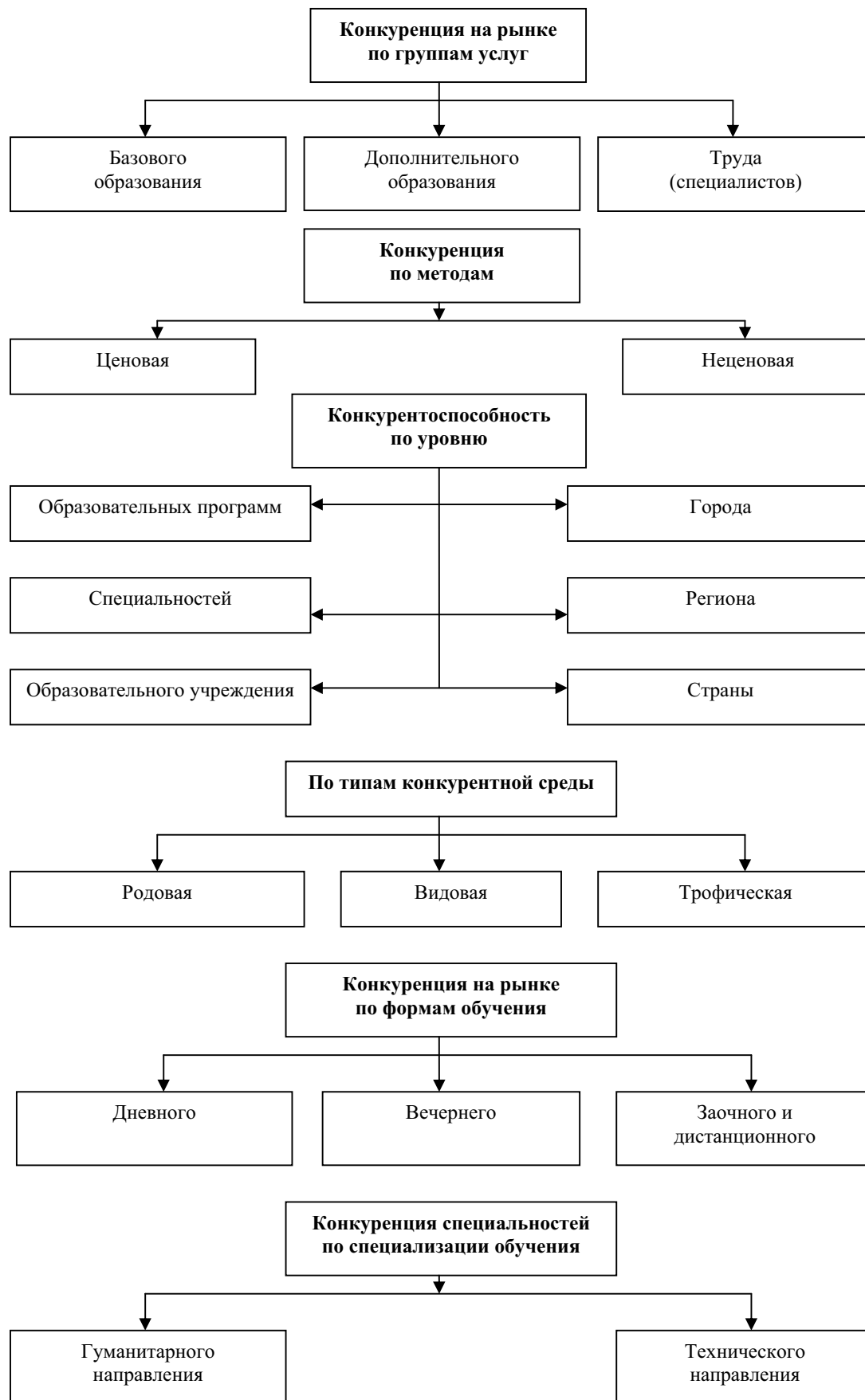


Рисунок. Конкуренция в системе образовательных услуг

По уровню конкурентоспособности предлагается рассматривать данную экономическую категорию по отношению к:

1. организации;
2. товарам и услугам;
3. отрасли;
4. экономике государства.

Под конкурентоспособностью услуги зачастую понимается комплекс характеристик: потребительских, ценовых, качественных. Они определяют успех конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Вместе с тем, конкурентоспособность каждого отдельно взятого товара (услуги), будет определяться, прежде всего, его уникальными свойствами.

Конкурентоспособность учебного заведения при этом будет своего рода определена как «способность конкретного учебного заведения быть выделенным потребителем из всего рынка ОУ, предлагаемых конкурентами, благодаря более высокому уровню преподавания, качества подготовки специалистов, их востребованности на рынке труда. Подразумевается, что конкурентоспособность учебного заведения – это способность иметь набор услуг, более привлекательных для потребителя во всех отраслях промышленности и народного хозяйства, по сравнению с другими учебными заведениями, имеющими аналогичные по содержанию услуги, благодаря лучшему соответствию качественных и стоимостных характеристик требованиям потребительского рынка и рынка труда».

Конкурентоспособность отдельных учебных заведений можно определить как «возможность предложить услугу, удовлетворяющую конкурентным требованиям потребителя, в требуемом количестве, в нужные сроки и на наиболее выгодных условиях» [4. С. 191].

Вопросы, связанные с конкурентоспособностью, зачастую освещаются применительно к товарной группе «готовая продукция». В преломлении к рынку ОУ под категорией «конкурентоспособность учебного заведения» следует понимать возможность учебного заведения предложить такие учебные программы, специальности и готовых специалистов, которые наиболее полно удовлетворяют заявленные и предполагаемые требования потребителей. Их интересуют характеристики по качеству, количеству, а так же срокам и наиболее выгодным условиям оказания услуг (цена, форма оплаты и так далее).

Конкурентоспособность учебного заведения и конкурентоспособность оказываемых им услуг по подготовке специалистов, которых оно готовит, находятся в прямой зависимости. Чем выше конкурентоспособность подготовленных специалистов, чем больше они востребованы на рынке труда, тем выше спрос на этих специалистов, на программы и специальности, по данному направлению, и, следовательно, повышается конкурентоспособность образовательного учреждения.

Конкурентоспособность региона в образовательной сфере заключается в соперничестве между образовательной средой (региона) страны с целью завоевания потребителя. Конкурентоспособность конкретного региона зависит от объективных причин (историко-географических условий, транспортных коммуникаций).

Синтетическим показателем, который объединяет конкурентоспособность образовательных программ, специальностей, учебных заведений, населенных пунктов и регионов характеризует положение страны в мире (в данном случае, мировом рынке ОУ), является страновой конкурентоспособностью.

В самом общем виде конкурентоспособность можно представить, как способность государства в условиях свободной и добросовестной конкуренции производить и реализовать ОУ, которые удовлетворяют требованиям мирового рынка и повышают благосостояние граждан данного государства и отдельных его личностей.

В системном подходе, могут также выделяться типы конкурентной среды: *родовая* – между учебными заведениями одного типа (высшее учебное заведение, техникум, профтехучилище); *видовая* – между учебными заведениями всех видов; *профическая (питающая)* – включает совокупность субъектов разных областей экономики, участвующих в деятельности образовательных учреждений (научно-исследовательские институты, проектные институты, опытные производства, промышленные предприятия и организации – потребители подготовленных специалистов, технополисы).

Во время изучения категории «конкуренция» обязательно должны присутствовать еще два критерия конкуренции: по формам обучения – по очной, вечерней и заочной (дистанционной) форме обучения; по специализации обучения – на рынке специальностей технического и гуманитарного профилей.

Исходя из того, что конкурентоспособность это многоплановая экономическая категория, нужно определить основные её факторы (критерии) на разных уровнях: (образовательных программ, специальностей, учебных заведений, населенного пункта, региона, страны).

Раскрывая критерии конкурентоспособности образовательных услуг, следует исходить из специфики образовательной деятельности, когда имеется ряд утвержденных министерством обязательных дисциплин, а также компонент, на содержание которого оказывает прямое влияние само учебное заведение. В связи с этим необходимо сформулировать факторы (критерии) конкурентоспособности образовательных программ.

Зачастую понятие конкурентоспособной услуги определяется следующими условиями – ценой и качеством.

Исходными условиями повышения конкурентоспособности образовательных услуг по нашему

мнению, должны выступать пять основных параметров: цена, качество, время контакта с потребителем услуги, степень актуальности и так называемая кастомизация, то есть способность потребителя повлиять на содержание услуги. Последний параметр оказывает косвенное воздействие на конкурентоспособность образовательных программ, играя при этом далеко не последнюю, а скорее, даже определяющую роль.

Без перечисленных условий не может идти речь о конкурентоспособности образовательного учреждения. Учитывая мнения различных специалистов и рассматривая глубже перечисленные нами критерии, можно сделать вывод о том, что в качестве ключевых факторов конкурентоспособности выступают следующие группы:

1. **Качество ОУ** (учитываются не только соответствие программ требованиям министерства, научно-техническая база учебного заведения, но и востребованность выпускников, что позволяет учебному заведению привлекать большее число потребителей и значительную долю на данном рынке).
2. **Внедрение и использование новейших достижений научно-технического прогресса** (прогрессивные технологии).
3. **Уровень кастомизации услуги** (возможность студентов и предприятий заказчиков влиять на содержание обучения).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андрианов В.Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – № 3. – С. 47–57.
2. Интрилигейтор М. Реформы глазами американских и российских ученых // Российский экономический журнал. – 1998. – № 4. – С. 133–136.

4. **Актуальность программ, соответствие их требованиям времени.**

5. **Кадровый потенциал учебного заведения.**

Наряду с перечисленными к числу основных факторов может быть отнесено профессиональное (высококвалифицированное) управление с учетом потенциала и потребностей учебных заведений.

Каждый вид конкуренции и уровень конкурентоспособности применительно к рынку ОУ, определенные в системном подходе, находятся в тесной взаимосвязи и взаимозависимости.

Создание в образовательном учреждении системы мониторинга применительно к основным показателям могло бы стать базой для определения и поддержания высокого уровня конкурентоспособности. Основываясь на базовых показателях конкурентоспособности других образовательных учреждений региона, образовательное учреждение сможет сформулировать для себя основные направления по повышению уровня своей конкурентоспособности.

Влияние названных показателей конкурентоспособности образовательных учреждений следует учитывать комплексно. Такой подход может быть положен в основу интегральной оценки конкурентоспособности для выявления сильных и слабых сторон в деятельности образовательного учреждения на внешнем и международном рынке.

3. Давинсон Ю. Количественная оценка конкурентоспособности. – Самара: Изд-во САМГАСА, 2004. – С. 186.
4. Стровский Л.Е., Казанцев С.К., Паршина Е.А. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 1999. – С. 191.

Поступила 31.10.2008 г.