



Введение

Одним из главных условий успешного реформирования российской экономики является конкурентоспособность высших учебных заведений. Современное образование характеризуется большим выбором и высокой конкуренцией предоставляемых образовательных услуг со стороны как государственных, так и негосударственных образовательных учреждений. В существующих социально-экономических условиях конкурентная среда высших учебных заведений претерпела значительные изменения. Прежде всего, подверглись изменению факторы внешней и внутренней среды вуза, определяющие формирование и последующее развитие отличительных преимуществ вуза и являющиеся по своей сути особенностями современной конкурентной среды вуза и факторами его конкурентоспособности. В настоящее время одним из ключевых факторов конкурентоспособности образовательной организации является проектирование образовательных программ, отвечающих времени.

Обучение предпринимательству как способ повышения конкурентоспособности вуза

Меняющиеся тенденции в обучении на национальном и мировом уровнях диктуют новые условия для разработки образовательных программ[1].

Одной из таких тенденций является обращение внимания участников рынка на необходимость обучения предпринимательству на разных уровнях образования. В этой связи вузы рассматривают предпринимательское образование в качестве комплексной образовательной услуги.

В рыночных условиях каждый вуз должен реализовывать свою собственную систему действий, перестраивать складывавшиеся десятилетиями направления подготовки специалистов, диверсифицировать набор образовательных услуг, осваивать маркетинг образовательной и научной деятельности[2].

Функционирование вуза в рыночной среде предполагает его предпринимательскую активность, которая будет нацелена на широкое привлечение большого числа потребителей образовательных услуг[3]. Динамичное развитие рыночных отношений в стране и, усиление конкуренции в сфере образования ставят перед

вузами вопросы обеспечения уровня собственной конкурентоспособности.

Новые условия предоставления образовательных услуг в России, такие, как переход от государственной монополии к многоукладной системе образования, вызвали необходимость перестройки работы образовательных учреждений в целом и вузов в частности. Конкурентная борьба за потребителя ужесточила требования к качеству и условиям предоставления услуг по обучению[4].

Уровень конкурентоспособности вуза определяется собственными особенностями, а также воздействием разнообразных факторов внешней и внутренней среды.

При этом наличие потенциальных внутренних факторов и комплекса факторов внешней среды недостаточно для обеспечения конкурентоспособности и является далеко не единственной составляющей конкурентной среды. Формирование конкурентных образовательных программ напрямую влияет на конкурентные преимущества вуза.

Поэтому следует рассмотреть особенности формирования эффективных образовательных программ на примере обучения предпринимательству.

Под влиянием различных подходов предпринимательство представляется комплексным явлением. Возникает необходимость обратить внимание на функциональный подход к систематизации предпринимательства.

Предпринимательство как специфическое направление профессиональной деятельности людей включает самостоятельное учреждение собственного бизнеса и управление им для обеспечения в конкурентной среде производства и продажи на законной основе новых благ и ценностей – создания товаров, выполнения работ, оказания услуг, для формирования и поддержания рабочих мест, в том числе рабочих мест для самих себя, а также для несения социальных обязательств перед гражданами, обществом и государством, а также для получения доходов и иных выгод. Важно отметить, что приведенное определение содержит по крайней мере четыре целевые установки сообразные функциям.

Перечень обобщенных профессиональных функций, выполняемых людьми, выбравшими предпринимательскую профессию, может включать:

- предпринимательские функции;
- общие профессиональные функции;
- универсальные профессиональные функции.

Предпринимательскими являются профессиональные функции, обеспечивающие ядро идентичности предпринимательской профессии. Обобщенно это функции по вхождению в бизнес (созданию нового бизнеса или вхождению в состав участников действующего бизнеса), по устойчивому ведению бизнеса, его развитию, прекращению участия в предпринимательской деятельности и выходу из бизнеса.

Основываясь на функциональном подходе, вузам необходимо формировать соответствующий перечень компетенций, которые будут отражать профессию предпринимателя.

В настоящее время в образовательной среде кроется много подводных камней, которые не позволяют на системном уровне реализовывать предпринимательские программы. Однако данные проблемы можно решить при помощи инструментов GR и PR коммуникаций, внедрения новых подходов к обучению, которые будут подробно изложены в будущем исследовании.

Заключение

Несмотря на тот факт, что в России еще только формируется благоприятный фон по отношению к предпринимательству, уже есть не мало предпосылок, которые заставляют вузы становиться на путь повышения конкурентоспособности путем реализации эффективных образовательных услуг. Примером такой услуги может стать системная реализация образовательной программ по предпринимательству.

Вузу стоит сосредоточить усилия не только на образовательной услуге, но и включиться в работу по формированию предпринимательской среды в РФ, что также будет способствовать повышению его конкурентоспособности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Измайлова, М. Потребители образовательных услуг: модели поведения/ М. Измайлова //Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №2. – С. 107.
2. Лукашенко Е. А. Конкурентоспособность российских предприятий в условиях их интернационализации: современное состояние, проблемы и перспективы // Современная конкуренция – 2009. №4 (16). С. 89-98.
3. Сагинова, О. В. Природа, и; характеристики образовательных услуг/О.В. Сагинова// Маркетинг. – 2005. – №3 (82). – С. 53.
4. Сергеева, М. Г. Методические аспекты исследования рынка образовательных услуг при подготовке конкурентоспособного специалиста/ М. Г.

Сергеева//Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – №6. – С. 92.

1. Лукашенко Е. А. Конкурентоспособность российских предприятий в условиях их интернационализации: современное состояние, проблемы и перспективы // Современная конкуренция – 2009. №4 (16). С. 89-98. [↑](#)
2. Сагинова, О. В. Природа, и; характеристики образовательных услуг/О.В. Сагинова// Маркетинг. – 2005. – №3 (82). – С. 53. [↑](#)
3. Измайлова, М. Потребители образовательных услуг: модели поведения/ М. Измайлова //Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №2. – С. 107. [↑](#)
4. Сергеева, М. Г. Методические аспекты исследования рынка образовательных услуг при подготовке конкурентоспособного специалиста/ М. Г. Сергеева//Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – №6. – С. 92. [↑](#)