

image not found or type unknown



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. В данном эссе рассмотрим подробно обозначенное направление научного исследования и проанализируем различные подходы к обозначению конкурентоспособности вуза.

Подходы к определению конкуренции и конкурентоспособности вуза

В ходе будущего исследования я предполагаю исследовать факторы, влияющие на конкурентоспособность вуза, а именно формирование системного подхода к обучению предпринимательству в вузе. Далее рассмотрим подходы к определению понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность».

«Конкуренцию» и «конкурентоспособность» относят к ключевым понятиям при анализе и оценки деятельности современных организаций. Предприятия действуют на рынке товаров и услуг в условиях конкуренции, что требует от них создания определенного уровня конкурентоспособности, которая обеспечит им сохранение своих позиций. Функционирование экономической системы, основанной на рыночных механизмах, предполагает конкуренцию и конкурентную борьбу.

Однако современная экономическая наука не дает как единой общепринятой трактовки содержания категории «конкурентоспособность», так и единого общепринятого подхода к методам ее оценки и формирования^[1]. Для того чтобы сформулировать определение конкурентоспособности вуза, необходимо рассмотреть все многообразие подходов к определению понятий «конкуренция» и

«конкурентоспособность организации».

Конкуренция, по мнению многих авторов, является термином, используемым в бесчисленном количестве значений. Термин «конкуренция» происходит от латинского слова *concurrere* – сталкиваться и представляет собой механизм соперничества, борьбы рыночных структур за право найти своего покупателя и за возможность эффективно функционировать на рынке. Для того чтобы определить экономическое содержание понятия «конкуренция», выделяют три подхода к его пониманию: поведенческий, структурный, функциональный[2].

Стоит отметить, что существует множество точек зрения на понятие «конкуренция». К примеру, Философова Т. Г. понимает под конкуренцией ситуацию, в которой любой желающий что-либо купить или продать может выбирать между различными поставщиками и покупателями. Другая трактовка термина «конкуренция», предоставляемая Фатхутдиновым Р. А., предлагает понимать под конкуренцией процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства, либо в естественных условиях[3].

Из описанных выше определений можно выделить еще одно. Под конкуренцией понимается ситуация наличия на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов (предприятий), при которой последние (предприятия) могут таким образом использовать свои конкурентные преимущества, чтобы успешно реализовывать свой товар и удовлетворять потребности потребителей[4].

По мнению профессора Рубина Ю.Б., термин «конкурентоспособность» имеет два корня: «способность» и «конкуренция». Поэтому он находится в общем смысловом ряду с «конкуренцией» и может рассматриваться только в контексте объяснения того, что представляет собой конкуренция, чем различается конкурентный потенциал участников рынка. «Конкурентоспособность» – одна из категорий, раскрывающих содержание конкуренции. *Конкурентоспособность участников рынка* представляет собой их способность к результативному совершению конкурентных действий - опережению соперников в насыщении рынка товарами (услугами, работами), выполнении других предпринимательских функций в конкурентной среде, занятию и удержанию конкурентных позиций[5].

Конкурентная среда на рынке образовательных услуг

Одним из главных условий успешного реформирования российской экономики является конкурентоспособность высших учебных заведений. Проблема управления конкурентоспособностью вуза в последние годы активно исследуется учеными различных научных направлений.

Целесообразно обратить внимание на то, что необходимо разграничивать понятия «конкурентоспособность» и «конкурентность» организации.

«Конкурентоспособность» относится к тому, что способно к конкуренции как к предстоящему процессу; «конкурентность» относится к тому, что является результатом процесса конкуренции, то есть конкурентоспособность – это потенциальная конкурентность[6].

«Конкурентоспособность образовательной услуги» – совокупность показателей, характеризующих степень ее привлекательности на рынке образовательных услуг. Конкурентоспособность образовательной услуги непосредственно влияет на конкурентоспособность высшего учебного заведения в целом. Чем выше показатели конкурентоспособности образовательной услуги: качество, востребованность на рынке, соотношение затрат на ее оказание с полученными доходами от нее, эффективность продвижения, инновационность образовательной программы и т.д., тем выше конкурентоспособность вуза[7].

«Конкурентная борьба между вузами» – это совокупность действий, направленных на достижение конкурентного преимущества, на завоевание прочных позиций на рынке образовательных услуг. «Суть создания конкурентного преимущества – в формировании характеристик рыночной деятельности компании, которые создают определенное превосходство над конкурентами. С точки зрения маркетинга создание конкурентного преимущества связано с разработкой и реализацией комплекса маркетинга, превосходящего по эффективности комплекс маркетинга конкурентов по одному или нескольким направлениям...»[8].

Проанализировав источники литературы по теме «конкурентоспособность вуза», можно сделать вывод, что нет единого подхода к теоретической составляющей. Стоит также рассмотреть практическую часть термина.

В конце 20 века Н.И. Пащенко определил конкурентоспособность вуза как «его настоящие и потенциальные способности (возможности) по оказанию соответствующего уровня образовательных услуг, удовлетворяющих потребности общества при подготовке высококвалифицированных специалистов, а также потребности по разработке, созданию и реализации научно – методической и

научно-технической продукции, как в настоящее время, так и в будущем»[\[9\]](#).

Однако в условиях демократизации общественной жизни особую социально – политическую значимость приобретает задача удовлетворения интересов, прежде всего, личности. Данная концепция получила отражение в Федеральном законе «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», где в ч. 2 ст. 8 закреплено, что одной из основных задач высшего учебного заведения является удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии посредством получения высшего и (или) послевузовского профессионального образования. Вышеприведенное определение конкурентоспособности вуза указывает только на приоритетность общесоциальных интересов[\[10\]](#).

В определении, приведенном выше, не учитываются следующие аспекты: качество образовательных услуг, стоимость образовательных услуг, имидж учебного заведения, финансовая стабильность и показатели. Сам факт оказания вузом образовательных услуг – не гарантирует ему высокий уровень конкурентоспособности.

В рамках будущего исследования за основу возьмем определение профессора Рубина Ю.Б., который под конкурентоспособными высшими учебными заведениями определяет учебные заведения, которые действуют как успешные и эффективные конкуренты, тем самым обеспечивая общественную пользу и интерес к ним со стороны других заинтересованных сторон рынка образовательных услуг.

Обучение предпринимательству как способ повышения конкурентоспособности вуза

Меняющиеся тенденции в обучении на национальном и мировом уровнях диктуют новые условия для разработки образовательных программ[\[11\]](#).

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[\[12\]](#).

Функционирование вуза в рыночной среде предполагает его предпринимательскую активность, которая будет нацелена на широкое привлечение большого числа потребителей образовательных услуг [13]. 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 [14].

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

Анализ внешней среды. // Университетское управление: практика и анализ. – 2008. – №4. – С. 104–121.

Балыхин Г.А. Высшая школа: конкурентоспособность и перспективы развития. // Национальные проекты. – 2009 – №3. – С. 56.

1. Васильев А.И. Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи. // Современная конкуренция. – 2017 - №5. С. 130-139.
2. Волкова В.Н. Содержание, формы и методы обучения в высшей школе: аналитические обзоры по основным направлениям развития высшего образования. // Разработка методического обеспечения учебного процесса в инновационном вузе. – М., – 2009. – С. 56.
3. Измайлова, М. Потребители образовательных услуг: модели поведения/ М. Измайлова //Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №2. – С. 107.
4. Лукашенко Е. А. Конкурентоспособность российских предприятий в условиях их интернационализации: современное состояние, проблемы и перспективы // Современная конкуренция – 2009. №4 (16). С. 89-98.
5. Рубин Ю.Б. Конкуренция в предпринимательстве. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Университет «Университет», 2018. – 912 с. (Университетская серия), с. 44.
6. Рубин Ю.Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция - 2010. №3 (21). С. 38-67.
7. Сагинова, О. В. Природа, и; характеристики образовательных услуг/О.В. Сагинова// Маркетинг. – 2005. – №3 (82). – С. 53.
8. 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.
9. Система и механизмы управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения [Текст]: моногр. / Резник С.Д., Джевицкая Е.С., Чаусова Ю.С.; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Резник С.Д.. – Пенза: ПГУАС. – 2010. – С.92.
10. Управление высшим учебным заведением: Учебник / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Резника С.Д. и д-ра физ-мат. наук Филиппова В.М. – Пенза: ПГУАС. – 2009. – С. 7.
11. Фатхутдинов Р. А. Сущность конкурентоспособности // Современная конкуренция - 2007. №3 (15). С. 99-129.
12. Фатхутдинов Р. А. Концепция новой теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией // Современная конкуренция - 2007. №1 (1). С. 73-86.
13. Шаковалов Н.А. Образовательное пространство в России. – 2009 – №12. – С. 100.

1. Рубин Ю.Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция - 2010. №3 (21). С. 38-67. [↑](#)
2. Анализ внешней среды. // Университетское управление: практика и анализ. - 2008. - №4. - С. 104-121. [↑](#)
3. Фатхутдинов Р. А. Сущность конкурентоспособности // Современная конкуренция - 2007. №3 (15). С. 99-129.

Фатхутдинов Р. А. Концепция новой теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией // Современная конкуренция - 2007. №1 (1). С. 73-86. [↑](#)
4. Система и механизмы управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения [Текст]: моногр. / Резник С.Д., Джевицкая Е.С., Чаусова Ю.С.; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Резник С.Д.. - Пенза: ПГУАС. - 2010. - С.92. [↑](#)
5. Рубин Ю.Б. Конкуренция в предпринимательстве. - 8-е изд., перераб. и доп. - М.: Университет «Университет», 2018. - 912 с. (Университетская серия), с. 44. [↑](#)
6. Васильев А.И. Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи. // Современная конкуренция. - 2017 - №5. С. 130-139. [↑](#)
7. Управление высшим учебным заведением: Учебник / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Резника С.Д. и д-ра физ-мат. наук Филиппова В.М. - Пенза: ПГУАС. - 2009. - С. 7. [↑](#)
8. Балыхин Г.А. Высшая школа: конкурентоспособность и перспективы развития. // Национальные проекты. - 2009 - №3. - С. 56. [↑](#)
9. Волкова В.Н. Содержание, формы и методы обучения в высшей школе: аналитические обзоры по основным направлениям развития высшего образования. // Разработка методического обеспечения учебного процесса в инновационном вузе. - М., - 2009. - С. 56. [↑](#)

10. Шаковалов Н.А. Образовательное пространство в России. – 2009 – №12. – С. 100. [↑](#)
11. Лукашенко Е. А. Конкурентоспособность российских предприятий в условиях их интернационализации: современное состояние, проблемы и перспективы // Современная конкуренция – 2009. №4 (16). С. 89-98. [↑](#)
12. Сагинова, О. В. Природа, и; характеристики образовательных услуг/О.В. Сагинова// Маркетинг. – 2005. – №3 (82). – С. 53. [↑](#)
13. Измайлова, М. Потребители образовательных услуг: модели поведения/ М. Измайлова //Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №2. – С. 107. [↑](#)
14. 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. [↑](#)