

УДК 330.322.3:37

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К МЕХАНИЗМУ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Волошин А.В., Александров Ю.Л.**

*ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Красноярск, e-mail: a\_voloshin2010@hotmail.com*

В статье представлен авторский подход к механизму формирования конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования. Сущность механизма раскрывается во взаимодействии заказчиков образовательных услуг с высшими учебными заведениями, которые, реализуя свою миссию, цели, задачи и функции, посредством методов и инструментов, оказывают конкурентоспособные образовательные услуги высшего образования. В работе описаны инструменты взаимодействия участников рынка образовательных услуг и особенности их применения к образовательным организациям высшего образования. В статье раскрыты особенности функционирования механизма, названы методы и инструменты, посредством которых формируется образовательная услуга высшего образования, которая и обладает конкурентными преимуществами. Авторами сформулирован подход к определению миссии, цели и задач университетов. Проведенное исследование позволит оценить конкурентоспособность университетов в современных условиях и обеспечить их устойчивость на национальном рынке образовательных услуг высшего образования.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, механизм, образовательная услуга, миссия, цель, задачи, методы и инструменты

## CONCEPTUAL APPROACH TO THE MECHANISM FOR FORMING THE COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS IN THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES OF HIGHER EDUCATION

**Voloshin A.V., Aleksandrov Yu.L.**

*Federal Autonomous Educational Institution of Higher Education Siberian Federal University, Krasnoyarsk, e-mail: a\_voloshin2010@hotmail.com*

The article presents the author's approach to the mechanism of formation of competitiveness of organizations in the market of educational services of higher education. The essence of the mechanism is revealed in the interaction of customers of educational services with higher educational institutions, which realize their mission, goals, tasks and functions, through methods and tools, provide competitive higher education educational services. The paper describes the tools of interaction between participants in the market of educational services and the specifics of their application to educational organizations of higher education. In the article features of functioning of the mechanism are revealed, methods and tools by means of which the educational service of higher education is formed which also has competitive advantages are named. The authors formulated an approach to defining the mission, goals and objectives of universities. The carried out research will allow to estimate competitiveness of universities in modern conditions and to provide their stability in the national market of educational services of higher education.

**Keywords:** competitiveness, mechanism, educational service, mission, purpose, tasks, methods and tools

Анализ конкурентоспособности необходим образовательным организациям высшего образования, для принятия обоснованных управленческих решений, определения стратегии, выявления сильных и слабых сторон развития. Результаты такого анализа служат основой для разработки мероприятий по повышению их конкурентоспособности и совершенствования отдельных направлений деятельности. Основой эффективности таких мероприятий выступает механизм формирования конкурентоспособности образовательной организации высшего образования (рис. 1).

Изучение механизма формирования конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования было предметом исследования в трудах следующих авторов: М.Г. Подопригора, Н.А. Пашкус,

Д.А. Бончукова, Л.Ю. Сальниковой [1–3]. Исследование факторов конкурентоспособности проведено в работах С.Д. Резника, Е.А. Ерохиной, Л.П. Гончаренко, М.А. Пономарева [4–6]. Проблемам оценки данного феномена посвящены труды И.К. Андрончева, К.В. Ковцева, С.Д. Резника [7–9]. Прикладным и инфраструктурным аспектам конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования уделяется внимание в трудах Ю.Ю. Сусловой, Е.В. Белоноговой [10–12]. Отдельные аспекты конкурентоспособности организаций также рассмотрены в работах [13–15].

Авторы рассматривают механизм формирования конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования как взаимодействие заказчиков образовательных услуг с выс-

шими учебными заведениями, которые, реализуя свою миссию, цели, задачи и функции, посредством методов и инструментов, оказывают конкурентоспособные образовательные услуги высшего образования.

Внешняя среда образовательной организации высшего образования представлена рядом элементов, определенных авторами как участники рынка образова-

тельных услуг высшего образования: государство, домашние хозяйства и студенты, бизнес-структуры и общественные институты. Все перечисленные элементы, за исключением общественных институтов, выступают в форме заказчиков образовательных услуг высшего образования, устанавливают требования и критерии их качества (таблица).

Участники рынка образовательных услуг высшего образования (составлено авторами)

Участники образовательного процесса	Требования (целевые установки, потребности)	Критерии	Инструменты
1	2	3	4
Государство	Конкурентоспособность национальной системы высшего образования	Позиции федеральных (национальных исследовательских) университетов в международных рейтингах Способность системы образования обеспечивать подготовку конкурентоспособных на мировом уровне специалистов	Государственная политика в сфере образования «Программа 5-100» Государственное финансирование инновационных программ развития образовательных организаций высшего образования
	Подготовка специалистов в соответствии с потребностями экономики	Обеспеченность потребности национальной экономики кадрами соответствующей квалификации	Контрольные цифры приема на первый курс
	Соответствие уровня подготовки специалистов, требованиям федеральных государственных образовательных стандартов	Доля учебных заведений, успешно прошедших государственную аккредитацию	Лицензионные требования Федеральные государственные образовательные стандарты Нормативно-правовое регулирование лицензирования и аккредитации образовательной деятельности
Домашние хозяйства	Качественная подготовка в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов Возможность профессиональной реализации в рамках выбранной профессии, «социальный лифт»	Наличие у образовательной организации государственной аккредитации Известность бренда образовательной организации Отзывы и опыт взаимодействия с образовательной организацией Опыт выпускников образовательной организации по профессиональной реализации	Формирование заказа и формализация требований к содержанию и уровню профессиональных компетенций в рамках договора на оказание платных образовательных услуг
Бизнес-структуры	Удовлетворение потребности субъектов хозяйствования в квалифицированных кадрах с высшим образованием	Отсутствие дефицита кадров на рынке труда	Взаимодействие с органами государственной исполнительной власти и местного самоуправления
	Удовлетворение потребности субъектов хозяйствования в профессиональной переподготовке кадров Инновационный характер образовательных программ	Доступность программ дополнительного профессионального образования и профессиональной переподготовки.	Взаимодействие с образовательными организациями высшего образования.

Окончание таблицы			
1	2	3	4
Студенты	Получение образования по востребованному направлению подготовки Инновационный характер образовательных программ Получение диплома высококорейтингового образовательного учреждения Профессиональная реализация в рамках полученной квалификации	Наличие потребности общества в выбранном направлении подготовки Отзывы и опыт взаимодействия с образовательной организацией Опыт выпускников образовательной организации по профессиональной реализации	Взаимодействие с образовательными организациями высшего образования в процессе обучения
Образовательные организации	Обеспечение собственной конкурентоспособности на региональном и международном рынках	Доля рынка образовательных услуг в регионе пребывания Позиции образовательной организации в национальных и международных рейтингах Результаты участия в «Программе 5-100» [85]	Эффективная кадровая политика Эффективная маркетинговая политика Эффективная инвестиционная политика Инновационный характер образовательных программ
Общественные институты	Инновационное развитие системы высшего образования Соответствие системы высшего образования потребностям общества	Характер реализации образовательных программ, работы аспирантуры и докторантуры	Мониторинг состояния системы высшего образования, анализ её соответствия потребностям общества

Внутренняя среда образовательной организации характеризуется совокупностью реализуемых ею функций, методов и инструментов, результатом взаимодействия которых является образовательная услуга высшего образования (рис. 1).

Системное рассмотрение механизма формирования конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования предполагает последовательное исследование его элементов.

Конкретизируем характер применения, представленных на рис. 1 инструментов взаимодействия заказчиков образовательных услуг с образовательными организациями высшего образования:

1. Государство:

– контрольные цифры приема. Государство посредством реализации образовательной политики через уполномоченные органы государственной исполнительной власти, устанавливает контрольные цифры приема по направлениям подготовки и специальностям в соответствии с потребностями национальной экономики, конъюнктурой рынка труда и уровнем эффективности образовательных организаций высшего образования, таким образом, регулируя их деятельность и создавая предпосылки для их конкурентоспособности;

– показатели «Программы 5-100». Государство, преследуя цель повышения

конкурентоспособности национальной системы образования, привлекает ведущие образовательные организации высшего образования к реализации комплекса мероприятий, направленного на приобретение международной конкурентоспособности или на повышение её уровня. В частности, определенные в «Проекте 5-100» показатели и система поддержки образовательных организаций, принимающих участие в проекте, выступают инструментом влияния государства на образовательные организации высшего образования;

– государственное финансирование инновационных программ развития выступает в качестве прямого инструмента влияния, посредством которого государство осуществляет поддержку ведущих образовательных центров и формирует инновационный вектор развития отечественной системы образования и национальной экономики в целом;

– нормативно-правовое регулирование образовательной деятельности, как прямой инструмент административного влияния, преследует цель обеспечения качества образовательных услуг высшего образования, применения единых стандартов высшего образования, обеспечение потребностей национальной экономики в кадрах высокой квалификации.

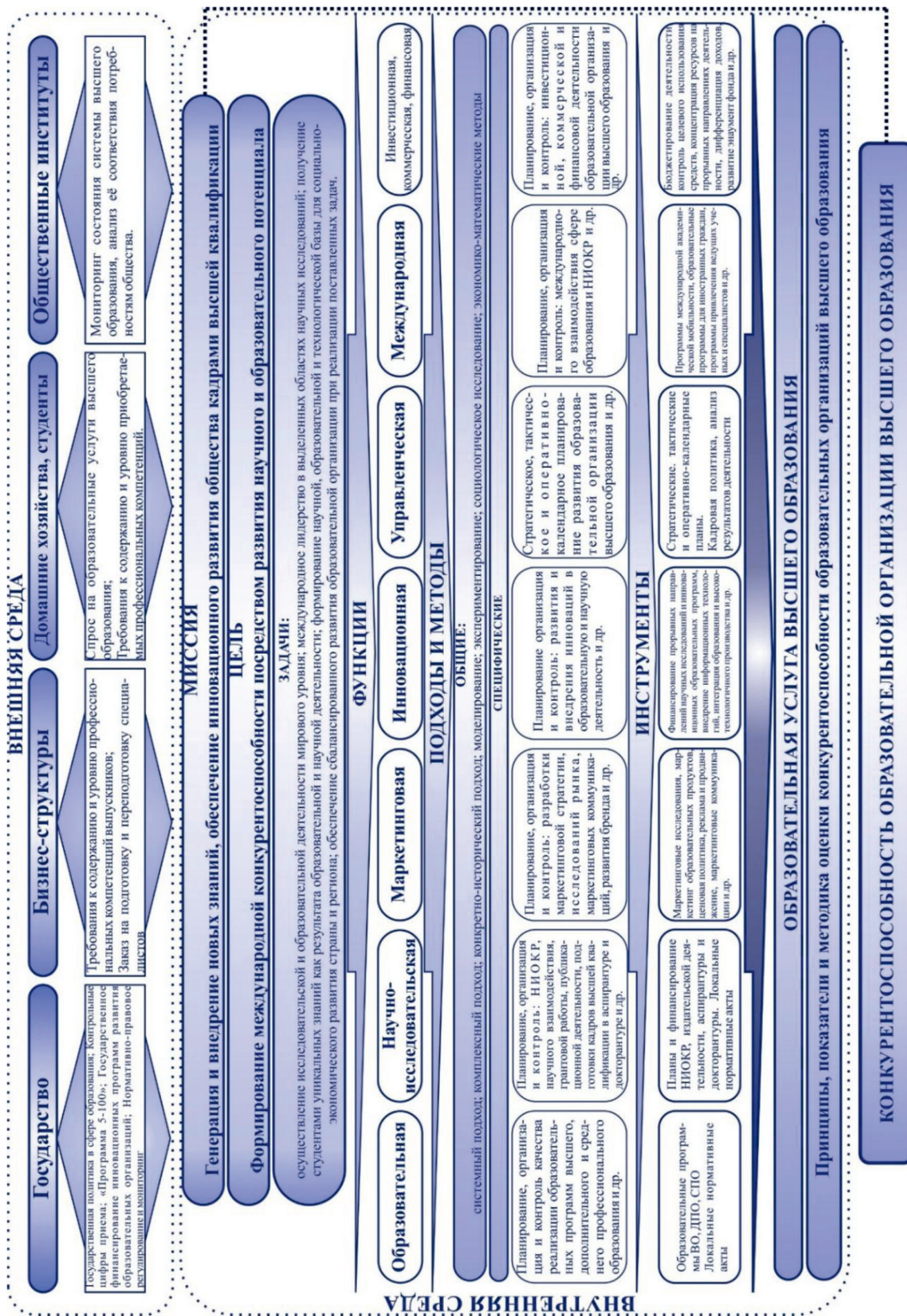


Рис. 1. Механизм формирования конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования (составлено авторами)

– мониторинг деятельности образовательных организаций высшего образования позволяет государству отслеживать состояние системы высшего образования и предпринимать необходимые меры воздействия с целью её оптимизации и приведения в соответствие с потребностями национальной экономики.

2. Бизнес-структуры – трудоустройство и формирование требований к содержанию и уровню профессиональных компетенций выпускников, как основной инструмент влияния бизнеса на образовательную среду. Посредством отбора и последующего трудоустройства выпускников, а также формирования требований к содержанию и уровню их профессиональных компетенций предпринимательская среда формирует рынок о своих потребностях в специалистах той или иной профессии и квалификации, предпочитаемых учебных заведениях и формирует, косвенно, рейтинг образовательных организаций высшего образования, оказывая влияние на их конкурентоспособность.

3. Домашние хозяйства и студенты – спрос на образовательные услуги, требования к содержанию и уровню приобретаемых профессиональных компетенций. Домашние хозяйства и студенты формируют спрос на образовательные услуги, исходя из предпочтений будущей профессии, учебного заведения, возможности обучения в другом регионе и материальных возможностей. Требования домашних хозяйств и студентов к содержанию и уровню приобретаемых профессиональных компетенций находят отражение при выборе образовательной организации. Определяющим при принятии решения кроме материальных возможностей является репутация образовательной организации высшего образования, что является фактором её конкурентоспособности, а наличие устойчивого спроса

способствует усилению конкурентных позиций образовательных организаций.

4. Общественные институты – мониторинг системы высшего образования. Общественные институты, преследуя цель обеспечения соответствия системы высшего образования потребностям общества, на основании мониторинга деятельности образовательных организаций осуществляют взаимодействие и формируют предпосылки для их конкурентоспособности. Результаты мониторинга позволяют косвенно оценить эффективность организации, сигналы, посылаемые в процессе взаимодействия, оказывают влияние на формирование конкурентоспособности.

Механизм формирования конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования позволяет установить взаимодействие между участниками рынка образовательных услуг, провести идентификацию его инструментов, выявить специфику и однозначно определить ключевые факторы конкурентоспособности высших учебных заведений.

Взаимодействие с внешней средой образовательных организаций сосредоточено в рамках основной деятельности. Образовательные организации, преследуя цель формирования конкурентоспособности, исходя из потребностей национальной экономики, сигналов заказчиков образовательных услуг и общественных институтов, а также учитывая рыночную конъюнктуру, формируют миссию, цель и задачи, которые реализуются посредством набора функций, составляющих внутреннюю среду организации.

Изучение существующих управленческих подходов и исследование опыта различных образовательных организаций позволили авторам сформулировать собственное видение миссии, цели и задач образовательной организации высшего образования (рис. 2).

**Миссия:** Генерация и внедрение новых знаний, обеспечение инновационного развития общества кадрами высшей квалификации.

**Цель:** Формирование международной конкурентоспособности посредством развития научного и образовательного потенциала.

**Задачи:**

- осуществление исследовательской и образовательной деятельности мирового уровня;
- международное лидерство в выделенных областях научных исследований;
- получение студентами уникальных знаний как результата образовательной и научной деятельности;
- формирование научной, образовательной и технологической базы для социально-экономического развития страны и региона;
- обеспечение сбалансированного развития образовательной организации при реализации поставленных задач.

*Рис. 2. Миссия, цель и задачи образовательных организаций высшего образования (составлено авторами)*

С точки зрения авторов, полнота отражения потребностей национальной экономики, заказчиков образовательных услуг и общества в целом, при определении принципиальных основ деятельности образовательной организации обуславливает её конкурентоспособность и служит инструментом её формирования.

Образовательная организация реализует миссию, цели и задачи в рамках следующего набора функций: образовательной, научно-исследовательской, маркетинговой, инновационной, управленческой, международной, инвестиционной, коммерческой и финансовой. Реализация функций в рамках соответствующих видов деятельности образовательной организации посредством методов и инструментов формирует образовательную услугу высшего образования и конкурентоспособность образовательной организации.

Совокупность принципов, показателей и методика оценки позволяет оценить конкурентоспособность образовательной организации высшего образования, выявить отклонения и посредством обратной связи оказать корректирующее влияние с целью их устранения.

Таким образом, механизм формирования конкурентоспособности проявляется во взаимодействии участников рынка, находит практическое воплощение в миссии, цели, задачах, функциях, методах и инструментах образовательных организаций высшего образования, предполагает последующую оценку уровня конкурентоспособности и наличие обратной связи с целью реализации корректирующих воздействий.

#### Список литературы

1. Подопригора М.Г. Механизм стратегического управления конкурентоспособностью вуза на рынке образовательных услуг на основе бенчмаркинга и методики распознавания образов / М.Г. Подопригора. – Таганрог: Технологический институт Южного федерального университета, 2011. – 216 с.
2. Пашкус Н.А., Бончукова Д.А. Финансовые механизмы повышения конкурентоспособности вузов / Н.А. Пашкус, Д.А. Бончукова // Журнал правовых и экономических исследований. – 2012. – № 1. – С. 110–113.
3. Сальникова Л.Ю. Пути совершенствования механизма управления конкурентоспособностью выпускника вуза на рынке труда / Л.Ю. Сальникова // Современная конкуренция. – 2012. – № 3(33). – С. 129–139.
4. Резник С.Д. Конкурентоспособность выпускника российского вуза: система и механизмы формирования / С.Д. Резник, А.А. Сочилова. – Пенза: Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, 2011. – 284 с.
5. Ерохина Е.А., Емельянова Е.А., Казаков В.В. Инновационно-предпринимательская деятельность и механизмы повышения конкурентоспособности вузов // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 1.; URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=8208>.
6. Гончаренко Л.П., Пономарев М.А. Инвестиционный механизм повышения конкурентоспособности образовательных услуг вуза / Л.П. Гончаренко, М.А. Пономарев // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 5. – С. 37–42.
7. Андрончев И.К. Формирование и развитие организационно-экономического механизма конкурентоспособности современных вузов / И.К. Андрончев // Вестник самарского университета. Экономика и управление. – 2015. – № 5 (127). – С. 188–193.
8. Ковцев К.В. Имидж, как механизм развития системы социального партнерства и обеспечения конкурентоспособности вуза / К.В. Ковцев // Статистика и экономика. – 2013. – № 1. – С. 7–10.
9. Резник С.Д. Система и механизмы управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения / С.Д. Резник. – Пенза: ПГУАС, 2009. – 147 с.
10. Сулова Ю.Ю. Рыночная инфраструктура: теория, методология, проблемы развития (воспроизводственный аспект): дис. ... д. экон. наук. – Красноярск, 2009. – 205 с.
11. Сулова Ю.Ю. Качество жизни населения, как комплексный показатель оценки рыночной инфраструктуры города / Ю.Ю. Сулова // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 4. – С. 415–419.
12. Белоногова Е.В., Сулова Ю.Ю., Волошин А.В. Методические подходы к оценке эффективности систем материального стимулирования труда работников торговых организаций / Е.В. Белоногова, Ю.Ю. Сулова, А.В. Волошин // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 8–1. – С. 96–101.
13. Сулова Ю.Ю. «И забросили мы невод...». Структурно-функциональный подход к исследованию рыночной инфраструктуры / Ю.Ю. Сулова / Российское предпринимательство. – 2007. – № 10–2. – С. 179–183.
14. Волошин А.В. Экономический механизм как инструмент повышения эффективности деятельности предприятий // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право: материалы конференции. – Симферополь: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2016. – С. 173–177.
15. Волошин А.В., Александров Ю.Л. Эволюция теорий конкуренции и конкурентоспособности в экономической науке / А.В. Волошин, Ю.Л. Александров // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 4–2. – С. 330–338.