

УДК 339.137.2

***ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
НА ПРИМЕРЕ УРАЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ***

Артамонов Н.А.

Магистрант,

Уральский государственный университет путей сообщения

Екатеринбург, Россия

Аннотация: В статье описаны пути повышения конкурентоспособности организации. Рассмотрены основные проблемы, задачи. Приведены ключевые факторы конкуренции. Даны современные определения «конкурентоспособности вуза». Проанализирована конкурентоспособность вуза. Перечислены факторы зависимости качества подготовки специалистов. Перечислены составляющие имиджа вуза. Перечислены факторы зависимости эффективности научной деятельности вуза. Отмечены факторы, обеспечивающие успех образовательного учреждения в конкурентной борьбе. Выявлены уровни конкуренции образовательных организаций.

Ключевые слова: Конкурентоспособность; университет; повышение; эффективность; конкуренция.

***WAYS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION
ON THE EXAMPLE OF THE URAL STATE UNIVERSITY OF RAILWAY
TRANSPORT***

Artamonov N.A.

Master student,

Ural State University of Railway Transport

Yekaterinburg, Russia

Annotation: The article describes ways to improve the competitiveness of the organization. The main problems and tasks are considered. The key factors of competition are given. Modern definitions of "university competitiveness" are given. The competitiveness of the university is analyzed. The factors of dependence of the quality of training of specialists are listed. The components of the image of the university are listed. The factors of dependence of the effectiveness of scientific activities of the university are listed. The factors ensuring the success of the educational institution in the competition are noted. The levels of competition of educational organizations are revealed.

Keywords: Competitive; university; increase; efficiency; competition.

Актуальность исследования в рамках темы «Пути повышения конкурентоспособности организации на примере УрГУПС» обусловлена тем, что в современном обществе при доминировании рыночной экономики коммерческая эффективность деятельности любой организации или производственного предприятия непосредственно зависит от правильно выбранной стратегии и тактики конкуренции. Важность рассмотрения данного вопроса также имеет большое значение в связи с тотальным повышением цен на рынке товаров и услуг при одновременном снижении экономической способности общества покупать данные рыночные продукты. Не стоит забывать и о снижении целевой аудитории – получателей образовательных услуг в связи с демографическими проблемами конца девяностых – начала двухтысячных годов. В такой сложный период любому предприятию или организации очень важно быть конкурентоспособным.

В современной науке и практике понятие «конкурентоспособность вуза» пока еще не имеет однозначного трактования. Многие исследователи отождествляют понятие «конкурентоспособность вуза» с термином

«конкурентоспособность выпускника». Например, в работах Фатхутдинова Р.А. сделан акцент на способность высших учебных заведений готовить высококвалифицированных специалистов, которые конкурентоспособны на рынке труда, а также развитие вуза во всех сферах своей деятельности. В своих исследованиях он конкретизирует конкурентоспособность вуза как его способность [5]:

- 1) обеспечивать подготовку специалистов, которые способны выдержать конкурентную борьбу на определенном внешнем или внутреннем рынке труда;
- 2) обеспечивать разработку инновационных методов в своей области, обеспечивающих конкурентоспособность вузу в своем образовательном сегменте;
- 3) обеспечивать проведение эффективной политики воспроизводства во всех сферах своей деятельности.

В трудах Пащенко Н.И. также конкурентоспособность вуза определяется как действующие и потенциальные возможности оказания образовательных услуг соответствующего уровня, которые способны удовлетворить потребности современного общества высококвалифицированных специалистов. В понятие конкурентоспособности также включаются общественные потребности по разработке и реализации научно-методической и научно-технической продукции, как в настоящем, так и в будущих образовательных периодах [4].

Позицию Пащенко Н.И. разделяет Малин А.С., однако в своей работе он выделяет первенство конкурентных преимуществ, определяя конкурентоспособность образовательной организации как «наличие в вузе таких конкурентных преимуществ, которые способны обеспечить подготовку высококвалифицированных специалистов. Данные кадры должны соперничать в своей категории с аналогичными специалистами других вузов, при этом удовлетворять потребностям всех целевых аудиторий. К конкурентоспособности вуза Малин А.С. относит: рациональную и

эффективную организационную структуру; наличие в образовательной организации системы контроля и управления качеством подготовки специалистов; наличие дифференцированных высококонкурентных образовательных программ; эффективный учебно-воспитательный процесс, базирующийся на инновационных методических разработках и современной материально-технической базе; наличие системы научно-технического, административно-хозяйственного и бизнес-сотрудничества как внутри субъекта федерации, где вуз территориально расположен, в целом на федеральном уровне, так и с зарубежными партнерами; мобильность образовательных программ под запросы рынка труда; репутацию, имидж и престиж вуза; баланс цены и качества подготовки специалистов и т.п., в том числе социально-экономический статус будущего специалиста на конкурентном рынке труда [3].

Более детально конкурентоспособность вуза проработана в исследованиях И.В. Гайдамакиной. В своей работе автор выделяет три уровня конкуренции образовательных организаций, специализирующихся на предоставлении высшего образования. Это, во-первых, конкуренция среди вузов субъекта Российской Федерации; во-вторых, конкуренция местных вузов с вузами соседних регионов; в-третьих, борьба за потенциальных абитуриентов среди вузов субъектов федерации со столичными вузами. Среди перечисленных уровней наиболее высокую степень интенсивности в сфере образовательных услуг имеет конкуренция региональных вузов между собой. Им принадлежит значительную часть рынка в сфере высшего образования в регионе. Каждая из организаций осуществляет самостоятельную рыночную политику, однако, в тоже время все они взаимозависимы и вынуждены подстраиваться друг под друга. Поскольку региональный вуз – это многопрофильное учреждение, где образовательные услуги могут осуществляться в рамках разных направлений, то внутри одного субъекта РФ отдельно взятый вуз может иметь монополию по оказанию определенной образовательной услуги. С другой стороны, сразу

несколько вузов могут осуществлять подготовку специалистов по одним и тем же профессиональным направлениям. Из этого следует, что вузы могут одновременно обладать 100%-й долей рынка образовательных услуг по отдельным специальностям и незначительной долей рынка в целом, если брать во внимание весь рынок образовательных услуг [2].

Исходя из вышеизложенного, выделим следующие варианты изменения конкуренции между вузами в территориальных пределах одного региона. Конкуренция усиливается, если: происходит увеличение количества вузов; усиливается степень дублирования специальностей в региональных вузах; отсутствует единая дифференцированная образовательная политика в регионе; происходит сокращение потребителей образовательных услуг на фоне демографических процессов; изменения касаются самой структуры региональных образовательных систем; усиливается конкурентная борьба вузов за долю на отраслевом сегменте рынка; уменьшается дифференциация стоимости за обучение при условии ухудшения социально-экономического положения в субъекте РФ. В обратном случае, конкуренция ослабевает, если: региональная политика в сфере образования имеет гибкий и дифференцированный подход, направленный на удовлетворение запросов потребителей и рынка труда за счет разделения целевой аудитории по образовательным организациям; в регионе созданы интегрированные научно-образовательные структуры (образовательные комплексы).

Сущность конкуренции в сфере образовательных услуг как взаимосвязь с рынком труда рассматривает в своей работе Бездудная А.Г. По ее мнению конкурентоспособность образовательных услуг взаимосвязана с потребностями рынка труда, как в текущем периоде, так и при стратегическом планировании. В условиях существовавшей в России плановой экономики в образовательной отрасли присутствовала ориентация на рынок труда, однако это не происходило в рамках конкуренции. Так решения о рабочих местах в рамках

Государственного плана должны были соответствовать решениям о количестве и типе выпускаемых специалистов. В настоящее время учет динамики состояния рынка труда при планировании цифр набора студентов и разработке программ отдан на откуп образовательным организациям. В современных реалиях высшее образование само по себе является весомой гарантией трудоустройства и обеспечения достойного уровня жизни. Кроме того, сегодня состояние рынка строится на принципе непрерывного образования и повышения квалификации посредством обучения в магистратуре, аспирантуре и докторантуре. Все эти факторы повлияли на увеличение количества потребителей образовательных услуг в высшем сегменте. С другой стороны, количество предложений, т.е. образовательных программ, также возросло. Сегодня на рынке образовательных услуг функционирует множество государственных и негосударственных высших учебных заведений. В результате перехода на рыночные отношения наблюдается обострение конкуренции в данной сфере, ожесточается борьба за целевую аудиторию [1].

Понятие конкурентоспособности является многогранным, отражает различные аспекты деятельности образовательного учреждения и качество предоставляемых услуг. Конкурентоспособность можно определить как способность объекта выдерживать конкуренцию на рынке по сравнению с объектами-аналогами. Таким образом, конкурентоспособность вуза – это его способность осуществлять подготовку высококвалифицированных конкурентоспособных специалистов, востребованных на рынке труда.

Одним из важнейших фактором укрепления конкурентных позиций образовательного учреждения является формирование положительного имиджа вуза. Данный фактор выступает как стимул к первоначальному выбору образовательной услуги, первостепенный мотив к ее предпочтению перед конкурентами. Среди составляющих имиджа вуза можно выделить:

- ✓ Известность, популярность и репутацию;

- ✓ Качество предлагаемого образования;
- ✓ Стоимость обучения (т.е. оплата обучения в рамках договора об оказании платных образовательных услуг и дополнительного образования);
- ✓ Степень связей с иностранными партнерами (данный фактор способствует укреплению авторитета вуза, степени его признания в России и за рубежом;
- ✓ Целевое воздействие и эффективность рекламы;
- ✓ Вариации способов организации процесса предоставления образовательных услуг (наличие дистанционного образования);
- ✓ Дизайн учебного заведения (современность интерьера внутренних помещений – холла, аудиторий, лабораторий и прочее);
- ✓ Мобильность программных продуктов под запросы потребителей и рынка (образовательные программы по актуальным востребованным специальностям) и прочее.

Формирование комплексного имиджа осуществляется посредством создания осязаемого, неосязаемого, внутреннего и внешнего имиджа.

Осязаемый имидж – первое впечатление абитуриентов, то, что они видят, переступая порог вуза.

Неосязаемый имидж – ответная реакция абитуриентов на первое впечатление, окружающую обстановку, отношение к ним сотрудников и преподавателей вуза.

Внутренний имидж – атмосфера внутри вуза, позитивное или негативное отношение сотрудников к руководству и проводимой политике управления.

Внешний имидж – воздействие первых трех факторов и общественное мнение о вузе, формируемое маркетинговой политикой вуза, уровнем качества предоставляемых образовательных услуг, эффективностью связей с общественностью и средствами массовой информации.

Весьма важна постоянная оценка имиджа, поскольку она позволяет понять, как потенциальная целевая аудитория образовательных услуг воспринимает учебное заведение, кто его главные конкуренты. Оценка помогает выявить слабые и сильные стороны имиджа. С развитием общественных отношений и рынка труда имидж может меняться, поэтому исследования целесообразно проводить с определенной периодичностью и по их итогам разрабатывать комплекс мероприятий по поддержанию положительного имиджа вуза.

Сегодня вопросам повышения качества подготовки специалистов уделяется достаточно внимания как на законодательном уровне, так и в научной среде. Однако эта тема не перестает быть актуальной. В целом качество подготовки специалистов зависит от:

- ✓ Степени проработанности образовательных (учебных) программ;
- ✓ Уровня квалификации профессорско-преподавательского состава;
- ✓ Потенциала личности обучающихся (уровня базового школьного образования, т.е. от проходного балла, чем выше уровень школьного образования среди абитуриентов, тем лучше конкурсный отбор, следовательно, студенты будут лучше усваивать учебный материал, овладевать приемами научного исследования и прочее);
- ✓ Инновационной технологии обучения;
- ✓ Внедрения прогрессивных форм обучения: экстернат, очно-заочной, дистанционной и других;
- ✓ Состояния учебно-технического обеспечения.

Отдельной стороной конкурентоспособности вуза является его финансово-экономическая стабильность, которая предполагает:

- ✓ Постоянство бюджетного финансирования и возможность его увеличения;
- ✓ Своевременность поступления бюджетных и внебюджетных средств;

- ✓ Поддержка научно-исследовательской деятельности за счет грантов;
- ✓ Гарантии своевременности выплаты заработной платы сотрудникам и профессорско-преподавательскому составу и стипендий студентам;
- ✓ Наличие резервного фонда и фонда материального поощрения.
- ✓ Гибкая ценовая политика, ориентированная на возможности потребителя (предполагает введение системы льгот, скидок, иных преференций и различных форм оплаты за предоставляемые образовательные услуги).

Высокий уровень материально-технического оснащения включает в себя:

- ✓ Постоянное обновление материально-технической базы (капитальный и текущий ремонт зданий, оборудование учебных, методических и лабораторных помещений, обновление лабораторного оборудования, компьютеров, тренажеров и прочего);
- ✓ Обновление и пополнение фонда библиотек;
- ✓ Создание научных лабораторий и экспериментальной базы.

Особо следует отметить рекламную деятельность как важный фактор повышения конкурентоспособности вуза. Для привлечения абитуриентов вуз должен побудить их сделать «правильный выбор». Для повышения эффективности рекламы необходимо проводить маркетинговые исследования целевых групп, их потребностей, интересов, возможностей и мотивов.

С целью усиления эффективности рекламных компаний вузам необходимо:

- ✓ Размещать рекламу в тех средствах массовой информации, целевая аудитория которых отвечает интересам потенциальных потребителей образовательных услуг;
- ✓ Использовать все многообразие рекламных площадок (электронные табло, рекламные щиты, информационные панели в транспорте, рекламу в Интернет-ресурсах, сувенирную рекламу (календари, ручки, папки и прочее с символикой вуза), печатную рекламу (буклеты, проспекты и прочее), аудио

рекламу (например, в супермаркетах, гипермаркетах, кинотеатрах), рекламу внутри учебного заведения (информационные стенды в холлах);

✓ Использовать комплексный подход в PR-компаниях: не отдельные виды рекламы, а разрабатывать рекламные компании, имеющие целевую направленность;

✓ Активно участвовать в ярмарках вакансий;

✓ Организовывать «Дни открытых дверей»;

✓ Проводить профориентационную работу в школах, лицеях, колледжах города и сельских территориях;

✓ Организовывать на площадках вузов олимпиады, конкурсы для учеников выпускных классов; для победителей и призеров разработать систему преференций при поступлении.

Потребители образовательных услуг также заинтересованы и в качестве социально-культурной базы в вузе– их волнует обеспеченность благоустроенными общежитиями, столовыми, буфетами, спортивными залами и спортивными объектами, базами отдыха.

Возможность применения потенциала студентов в научной деятельности в значительной степени способствует созданию благоприятного мнения о вузе, так как учитывается при определении рейтингового положения вуза, следовательно является одним из способов повышения конкурентоспособности.

Эффективность научной деятельности вуза зависит от:

✓ Объема научных исследований (грантовых исследований, хоздоговорных работ);

✓ Востребованности научных исследований в практической среде;

✓ Наличия диссертационных советов;

✓ Количества изданных монографий, учебников, учебных пособий;

✓ Наличия научных школ и направлений;

- ✓ Организации и проведения научных конференций различного уровня, симпозиумов, круглых столов, дискуссий.

Узнаваемость и авторитет вуза повышают и развитые международные связи. Данный фактор определяется следующими составляющими:

- ✓ Участием в международных образовательных программах;
- ✓ Сферами и объемом международного сотрудничества;
- ✓ Участием студентов и преподавателей в программах по обмену;
- ✓ Возможностью обучения граждан иностранных государств;
- ✓ Получением вузом международных грантов;
- ✓ Количеством зарубежных стажировок для студентов и преподавателей;
- ✓ Участием в международных симпозиумах и конференциях;
- ✓ Осуществлением совместных с иностранными учебными заведениями образовательных и научных проектов.

В настоящее время на законодательном уровне не закреплено обязательное гарантированное распределение и трудоустройство выпускников по большинству специальностей и направлений подготовки. Вопрос организации трудоустройства выпускников отводится вузам. Данный вопрос по своей сущности имеет два принципиальных момента: с одной стороны, вуз не обязан заниматься трудоустройством своих выпускников, с другой – для повышения статуса, создания положительного общественного мнения, повышения своей конкурентоспособности, вузы всячески способствуют организации трудоустройства – заключают договора с предприятиями и организациями на период прохождения практики студентов с целью возможного дальнейшего трудоустройства, обучают студентов по целевым договорам и прочее.

Конкурентоспособность вуза в большей степени определяется качеством труда профессорско-преподавательского состава, его профессионализмом и компетенцией. В настоящее время при проведении государственной

аккредитации вуза оцениваются показатели качества работы профессорско-преподавательского состава. Среди ключевых показателей анализируются удельный вес преподавателей, имеющих ученые степени и звания, их возрастная структура, наличие в вузе научных школ, направлений, диссертационных советов. Удельный вес преподавателей с учеными степенями и званиями был и остается одним из важнейших показателей, определяющих рейтинг вуза.

Таким образом, подводя итог исследованию, среди факторов, обеспечивающих успех образовательного учреждения в конкурентной борьбе, можно выделить:

- фундаментальность подготовки специалистов образовательным учреждением;
- широкий образовательный профиль (ассортимент, спектр программ подготовки, переподготовки и повышения квалификации);
- глубину специализации;
- применение инновационных и информационных технологий обучения;
- высокий уровень научно-методического, материально-технического, кадрового, финансового обеспечения процесса оказания образовательных услуг;
- научно-исследовательская работа, востребованность ее результатов в практической среде;
- развитость социально-культурной базы образовательного учреждения;
- высокое качество образовательных услуг и гарантии его обеспечения (например, путем сертификации систем менеджмента качества и преподавателей, аккредитации образовательных программ);
- практическую востребованность полученных знаний;
- доступный ценовой диапазон и выгодные условия оплаты;

- оптимальную длительность оказания образовательных услуг (срок обучения);
- возможность получения сопутствующих услуг, в том числе трудоустройство по окончании образовательного учреждения;
- адекватность образования, его соответствие потребностям и задачам социально-экономического развития страны;
- международный характер образования.

Библиографический список

1. Бездудная А.Г. Методы повышения конкурентоспособности образовательных услуг в условиях единого образовательного пространства: монография / А.Г. Бездудная, О.Ю. Палуба; под ред. засл. деятеля науки РФ, д-ра экон. наук, проф. Г.А. Краюхина. – СПб.: СПбГИЭУ, 2007. – 138.
2. Гайдамакина И.В. Конкурентоспособность и стратегия развития региональных вузов. Монография. – Орел: Изд-во ОРАГС, 2008. – 124с.
3. Малин А.С. Межвузовская и внутривузовская конкуренция образовательных программ высшего профессионального образования. // Современная конкуренция. – 2007. № 6, С. 49-55. 16.
4. Пащенко Н.И. Конкурентоспособность вуза и стратегии их деятельности в условиях региональной конкуренции: Дис.... канд. экон. наук. – Уфа, 1999. – 190 с.
5. Фатхутдинов Р. Управление конкурентоспособностью вуза // Высшее образование в России. – 2006. - № 9. – С. 37-38.

Оригинальность 75%