

ПАРАДИГМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Комаров Олег Евгеньевич

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Ключевые слова: конкурентоспособность, образовательные услуги, качество высшего образования, высшее учебное заведение, внешняя и внутренняя среда, инновационная деятельность.

Современное высшее образование характеризуется высокой конкуренцией предоставляемых образовательных услуг. Функционирование вуза в рыночной среде предполагает его предпринимательскую активность, которая нацелена на широкое привлечение потребителей образовательных услуг. Стратегия вуза заключается в том, чтобы на основе анализа факторов внешней среды и составляющих своего конкурентного потенциала преобразовать его в реальные конкурентные преимущества в виде конкурентоспособных образовательных услуг и программ.

В работе предпринята попытка рассмотреть инновационные подходы к управлению конкурентоспособностью вуза на рынке образовательных услуг. Поскольку в рыночных условиях конкурентной борьбы каждый вуз должен реализовывать свою собственную систему действий, диверсифицировать набор образовательных услуг, осваивать маркетинг образовательной и научной деятельности.

Keywords: competitiveness, educational services, the quality of higher education, higher education, external and internal environment, innovation.

Modern higher education is characterized by a high level of competition of educational services. Functioning of the institution in the market environment suggests its entrepreneurial activity, which is aimed at attracting of wide consumers of educational services. The strategy of the university is that based on the analysis of environmental factors and components of its competitive potential to convert it into a real competitive advantage in a competitive educational services and programs.

In present work we attempt to analyze examine innovative approaches to the management of competitiveness of the university in the education market. As in a competitive market, each school must implement its own system of action, diversify educational services, develop marketing educational and scientific activities.

1. Особенности внешней и внутренней среды вуза на рынке образовательных услуг

Динамичное развитие рыночных отношений в стране и, усиление конкуренции в сфере образования ставят перед вузами вопросы обеспечения уровня собственной конкурентоспособности.

Образовательные услуги реализуются на рынке, который понимается как совокупность существующих и потенциальных покупателей и продавцов товара. Рынок образовательных услуг, в этом случае, представляет собой рынок, на котором взаимодействуют спрос на образовательные услуги со стороны основных хозяйствующих субъектов (отдельных личностей, домохозяйств, предприятий и организаций, государства) и их предложение различными организациями высшего профессионального образования. Помимо производителей и потребителей образовательных услуг в состав участников рыночных отношений в этой сфере входят: широкие круги посредников, включая службы занятости, биржи труда; органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений; ассоциации образовательных учреждений и предприятий; специализированные образовательные центры. Все эти субъекты содействуют эффективному продвижению образовательных услуг на рынке и могут выполнять такие функции, как информирование, консультирование и участие в организации сбыта образовательных услуг и ресурсной поддержки образования [4, с. 19].

Продукт вуза, который называется образовательными услугами, представляет собой комплекс различных товаров и услуг, включающих несколько элементов:

- собственно образовательные услуги;
- научно-исследовательские услуги, в т.ч. проведение научных исследований;

- услуги гостеприимства, туризма, конференц-туризма;
- консалтинговые услуги;
- рекрутинговые услуги;
- товары, сопровождающие и обеспечивающие процесс обучения.

Образовательная услуга – специфическое производство в непродовственной сфере. С одной стороны, это нематериальное благо, поступающее в личное потребление. С другой стороны, полезный эффект образовательной услуги проявляется в материальном производстве – но через промежуток времени и не всегда точно предопределен заранее.

Особенностью образовательных услуг является активное участие потребителя в процессе предоставления услуги. Это объясняется сочетанием в них двух важнейших элементов – процесса и результата.

Образовательные услуги предоставляются, как правило, в комплексе с созданием духовных ценностей, преобразованием и развитием личности обучающегося. Эти услуги обеспечивают реализацию познавательных интересов обучающихся, удовлетворяют потребности личности в духовном и интеллектуальном развитии, вносят вклад в создание условий для их самоопределения и самореализации, участвуют в формировании, сохранении и развитии разнообразных способностей человека к труду, в специализации, профессионализации и росте его квалификации. Итак, можно сказать, что образовательные услуги непосредственно участвуют в формировании человеческого капитала.

Образовательные услуги обеспечивают реализацию потребности человека в получении: определенного вида знаний, умений, навыков; в приобретении определенных профессий или получения образования; удовлетворения спроса на специалистов на рынке труда.

К характерным особенностям непосредственно рынка образовательных услуг, определяющим внешнюю среду вуза, можно отнести следующее:

1. Высокий уровень нормативно-правового обеспечения. Деятельность образовательных учреждений высшего профессионального образования определя-

ется в настоящее время комплексом законов Республики Казахстан, рядом постановлений Правительства Республики Казахстан, нормативными документами Министерства образования Республики Казахстан. Содержание образовательных программ регламентируется системой Государственных образовательных стандартов.

2. Обязательное лицензирование всех видов образовательной деятельности.

3. Большое количество вузов, каждый из которых удовлетворяет небольшую долю спроса. Данная особенность рынка образовательных услуг предполагает, что у потребителя имеется возможность выбора, что обеспечивает конкуренцию субъектов рынка.

4. Реализация большинства образовательных услуг на недостаточно известном рынке, так как вузы далеко не всегда точно знают своего потребителя, его численность, потребительские предпочтения. Этим можно объяснить ежегодно наблюдаемые «неожиданные» взлеты или наоборот падения конкурса на некоторые специальности.

5. Осуществление государством на рынке образовательных услуг щадящей фискальной политики. Действующим законодательством для образовательных учреждений установлен целый комплекс налоговых льгот: льготы по НДС на все виды образовательных услуг, льготы по налогу на прибыль в случае ее реинвестирования в учебный процесс, освобождение от налога на землю.

6. Действие принципа «разных возможностей», заключающегося в законодательно заложенной позитивной дискриминации отдельных образовательных учреждений. Согласно этому принципу, колледжи не могут реализовывать программы высшего профессионального образования, что положительно сказывается на образовательном процессе.

7. Высокая степень регионализации, выражающейся в том, что потребителями услуг вуза являются большей частью жители того региона в котором функционирует вуз.

8. Низкие входные барьеры на рынок образовательных услуг для вновь созданных образовательных учреждений. Это связано с отсутствием четких критериев при лицензировании направлений и специальностей для государственных и негосударственных образовательных учреждений, низкой информированностью и правовой культурой потенциальных потребителей образовательных услуг.

Итак, рассмотренные особенности образовательных услуг отличаются существенной спецификой в плане конкурентного соперничества, поскольку важна сама совокупность свойств и характеристик образовательного процесса, которая придаёт ему способность удовлетворять ожидаемые и неожиданные образовательные потребности конкретных потребителей [8, С. 265].

С точки зрения системного подхода, наибольшего внимания заслуживает классификация факторов по источникам происхождения, поскольку именно факторы внешней среды отражают совокупность тех условий, к которым адаптируется вуз, а внутренние (внутрисистемные) факторы – определяют как возможность, так и эффективность процесса адаптации.

К внешним факторами применительно к деятельности вуза относится все то, что определяет формальные правила деятельности вуза на данном региональном, национальном или мировом рынке. Внешние факторы не поддаются воздействию со стороны вуза, но требуют обязательного учета в оценке его конкурентоспособности и в выборе конкурентной стратегии. Условия внешней среды – основа внутрифирменного стратегического планирования и управления вузом. Они определяют стратегические цели и тенденции развития высшего учебного заведения [5, с. 22].

Внутренние факторы – это возможности самого вуза по обеспечению собственной конкурентоспособности. В экономической литературе данные факторы именуются также стратегическим потенциалом. Факторы внутренней среды также подвержены изменениям и определяют потенциал вуза в области качества образовательных услуг [6, с. 35].

Выделяют два уровня факторов, включающих семь групп, влияющих на конкурентоспособность высшего учебного заведения, отраженных в таблице 1 [3, с. 23].

Таблица 1

Система факторов внешней среды, влияющих на конкурентоспособность
вуза

Уровень факторов	Факторы	Показатели
Макросреда	Социально-политические	Межнациональные и межрегиональные отношения; политическая и социальная стабильность
	Экономические	Государственное регулирование (льготирование, дотирование отрасли); государственная поддержка развития науки и инновационной деятельности; налоговая политика (виды и ставки налогов)
	Нормативно-правовые	Решения государственных органов; нормативные акты министерств и ведомств; национальная система стандартизации и сертификации
Региональная среда	Экономические	Конкурентоспособность региона и города, в котором расположен вуз; структура региональной экономики; государственная поддержка
	Социально-демографические	Численность и состав населения; уровень и качество жизни населения
	Структурные	Структура и ёмкость рынка; уровень конкуренции;
	Организационные	Отлаженность механизмов взаимодействия всех групп факторов национальной, региональной и местной среды, информационная обеспеченность

Формирование и реализация всей совокупности конкурентных преимуществ в ходе конкурентной борьбы, ведущейся на разных уровнях национальной хозяйственной системы, обусловлены многообразием факторов, их сочетания, а также связей, создающих сложности для их анализа управления. Для выявления этих взаимосвязей важно, прежде всего, определить взаимодействие между основными уровнями.

Обобщая взгляды ученых относительно факторов, влияющих на качество образования, составляющих качества образовательной услуги с точки зрения потребителей и уровня их удовлетворенности, можно сделать вывод, что факторы могут быть представлены в следующей классификации.

1. Качество объекта образовательных услуг (студент, магистрант, докторант Ph.D.).

2. Качество субъекта предоставления образовательных услуг (вуза), в том числе:

- качество программ обучения (структура и содержание);
- качество профессорско-преподавательского состава (ученая степень, ученое звание);
- качество методов обучения и воспитания (методика и технология преподавания);
- качество ресурсного обеспечения процесса предоставления услуг:
- материально-технического (учебные аудитории и лаборатории, оборудование);
- информационно-методического (учебная литература, макеты, тренажеры);
- качество научных исследований.

3. Качество процесса предоставления образовательных услуг, в том числе:

- качество организации и реализации применяемых технологий предоставления образовательных услуг (форма и содержание образовательных процессов);
- качество контроля процесса предоставления образовательных услуг;
- качество результата процесса предоставления образовательных услуг (соответствие уровня знаний выпускников требованиям государственного образовательного стандарта специальности).

4. Степень удовлетворенности потребителей:

- высокая удовлетворенность потребителей (учащиеся, работодатели и др.) качеством образовательных услуг;
- высокая удовлетворенность преподавателей и сотрудников своей работой.

Таким образом, на деятельность вуза оказывает влияние целый комплекс динамично развивающихся факторов. В связи с этим более конкурентоспособным будет вуз, способный быстрее других адаптироваться к данным факторам и реагировать на их изменения. Внутренняя среда подвержена изменениям, так как

определяет потенциал вуза в области качества образовательных услуг и должна реагировать на изменения внешней среды.

Под внешними факторами следует понимать все то, что определяет формальные правила деятельности субъекта на национальном или мировом рынке, а именно:

- меры государственного воздействия экономического характера (льготирование, дотирование отрасли, государственная поддержка науки и инновационной деятельности);
- меры административного характера (решения государственных органов власти и управления, нормативные акты министерств и ведомств, а также национальная система стандартизации и сертификации);
- основные характеристики самого рынка образовательных услуг (его емкость; наличие и возможности конкурентов; географическое местоположение);
- особенности социально-демографической среды (численность и состав населения, уровень и качество жизни);
- слаженность механизмов взаимодействия всех групп факторов национального, регионального и местного уровней.

В условиях динамичной, изменчивой, нестабильной внешней среды для формирования конкурентных преимуществ, позволяющих вузу эффективно функционировать в долгосрочной перспективе, необходимо стратегическое управление путем проведения современных изменений.

С целью систематизации перечисленных факторов внутренней среды вуза их можно объединить в четыре обобщенные группы (финансово-экономические, маркетинговые, кадровые показатели, а также конкурентоспособность выпускников), дополнив каждую показателями конкурентоспособности вуза, расширяющими и дополняющими выделенные ранее факторы, что отражено в таблице 2.

Таблица 2

Факторы внутренней среды, характеризующие конкурентоспособность
вуза

Факторы конкурентоспособности	Показатели конкурентоспособности вуза
Финансово-экономический: уровень доходов.	Коэффициенты рентабельности и соотношения внебюджетных и бюджетных источников финансирования; среднемесячная заработная плата персонала.
Маркетинговый	Рыночные показатели: доля рынка, емкость рынка; уровень осведомленности потенциальных потребителей, уровень удовлетворенности потребителей.
Кадровый: профессорско-преподавательский состав	Уровень квалификации научно-педагогических кадров; численность студентов; коэффициент публикаций на научно-педагогического работника; коэффициент интенсивности издания учебников, учебных пособий и монографий; уровень трудовой дисциплины.
Конкурентоспособность выпускников: сведения о карьерном росте, независимая оценка компетенций	Процент дипломов с отличием, востребованность выпускников; коэффициент трудоустроенных; представительство выпускников в политической, экономической, культурной элите города, региона; уровень владения иностранными языками и информационными технологиями; перспективы карьерного роста выпускников.

Факторы внешней и внутренней среды вуза в значительной степени определяют его конкурентные преимущества, разделены по факторам конкурентоспособности вуза [9, с. 209]. К ним относятся:

1. Потенциал вуза: количество докторов наук и профессоров, количество кандидатов наук и доцентов, количество студентов, магистрантов и докторантов PhD.
2. Материально-техническая база: количество компьютеров, библиотечная база, наличие столовых и общежитий.
3. Образовательные услуги: качество; уникальность; формы и методы обучения.
4. Цена: бюджетное обучение, договорное обучение, скидки, формы и сроки оплаты.
5. Каналы сбыта: обучение в вузе или в филиалах, дистанционное и заочное обучение.
6. Продвижение образовательных услуг на рынке: реклама, индивидуальная реализация, участие в выставках конференциях, паблисити и другие.

Таким образом, любой вуз обладает широким спектром факторов конкурентоспособности, увеличение значения которых является конкурентным преимуществом. Качество образовательных услуг зависит в основном от уровня профессионализма профессорско-преподавательского состава вуза, его владения современными методами и средствами обучения, хотя любой вуз обладает довольно широким спектром факторов конкурентоспособности, увеличение значения которых будет являться конкурентным преимуществом.

Свойство вуза быть конкурентоспособным определяется двумя условиями: во-первых, качеством образовательной услуги, которую оказывает вуз. Во-вторых, эффективностью деятельности по оказанию этих услуг (при одинаковом качестве услуг выше конкурентоспособность того вуза, где данное качество достигается и поддерживается с меньшими затратами ресурсов) [10, с. 9].

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. Получение конкурентного преимущества на основе факторов зависит от того, насколько эффективно они используются и в какой отрасли или экономической сфере применяются [7, с. 81].

Таким образом, конкурентоспособность вуза определяется совокупностью факторов внешней (информационные, технологические, социально-демографические, экономические, организационные) и внутренней (финансовые, маркетинговые, материально-технические) среды, являющихся в свою очередь элементами конкурентной среды вуза, изменение которых и формирует ее особенности. Факторы внешней среды отражают совокупность условий, к которым адаптируется вуз, а внутренние факторы определяют как возможность, так и эффективность процесса адаптации.

2. Методика оценки конкурентоспособности образовательных программ вуза

Изменения, происходящие в казахстанской и мировой экономике, свидетельствуют о формировании ее новой конструкции, соответствующей принципам глобализации. Стремление хозяйствующих субъектов к высоким конкурентным позициям на различных рынках свидетельствует о возрастании значимости человеческого капитала в целом, а также о возрастании требований к образовательному уровню конкретного работника. Опираясь на законы экономического развития, можно отметить, что сегодня наблюдается повышение требований к рынку образовательных услуг, в том числе, в контексте модернизации образовательных программ, особенно - в области высшего образования. Важность решения экономической задачи, связанной с обеспечением качества образования, объясняется не только тем, что в дальнейшем это влияет на функционирование всей экономической системы, но и тем, что образование требует использования экономических ресурсов во все возрастающем объеме.

Об эффективности образовательного процесса в сфере высшего образования можно судить по соотношению между затратами и результатами, а также по уровню конкурентоспособности вуза.

Под конкурентоспособностью вуза понимается его способность сохранять и наращивать имеющиеся сравнительные преимущества, в результате чего возникает устойчивое предпочтение потребителей в получении научно-образовательных услуг именно в данном учебном заведении. Эти предпочтения формируются в соответствии с уровнем полученного ими ранее образования, интеллектуального развития, представлениями о роли образования в их дальнейшей жизни, материальным положением, социальным статусом и др. В дополнение к этому, потребитель учитывает сроки, место, характер и условия (комфортность, месторасположение, транспортную доступность и др.), характер организации учебного процесса, степень известности преподавателей в обществе (особенно для гуманитарных наук) и в науке (особенно для точных наук), а также выпускников вуза. При этом следует обратить внимание на то, что услуга образования

представляет собой сложный продукт, поэтому отдельный потребитель не всегда может адекватно оценить уровень ее конкурентоспособности и конкурентоспособности вуза, который ее предоставляет [13, с. 5].

Подавляющее большинство вузов оказывают платные образовательные услуги, которые уже производятся другими, как правило, при сохранении государственного финансирования как базового [16, с. 89]. При этом практически каждый исходит из того, что именно его услуги имеют наилучшие характеристики. Потребители могут иметь иное мнение. Вследствие этого важно провести не только мониторинг удовлетворенности потребителей и заинтересованных сторон [8, с. 264], но и объективный анализ конкурентоспособности предлагаемых существующих и модернизированных образовательных программ.

Такую оценку целесообразно осуществлять поэтапно.

На первом этапе с помощью маркетинговых исследований производятся формулирование и систематизация требований потребителя к образовательному учреждению или образовательной программе и определение перечня показателей конкурентоспособности. Целесообразно выделить три группы таких параметров: экономические, качественные и показатели внешнего формирования, которые в свою очередь разбиты на подгруппы, что отражено на рисунке 1.

Параметры, непосредственно характеризующие качество образовательной услуги, традиционно выделяются в группу «качественные параметры». Показатели этой группы выбраны на основании опросов абитуриентов и работодателей. Перечень качественных параметров может включать: удовлетворяемую структуру и глубину изучения дисциплин, кадровую обеспеченность, наличие прогрессивных методик обучения, имидж вуза, материально-техническую базу, научно-исследовательскую работу студентов, связи с работодателями.

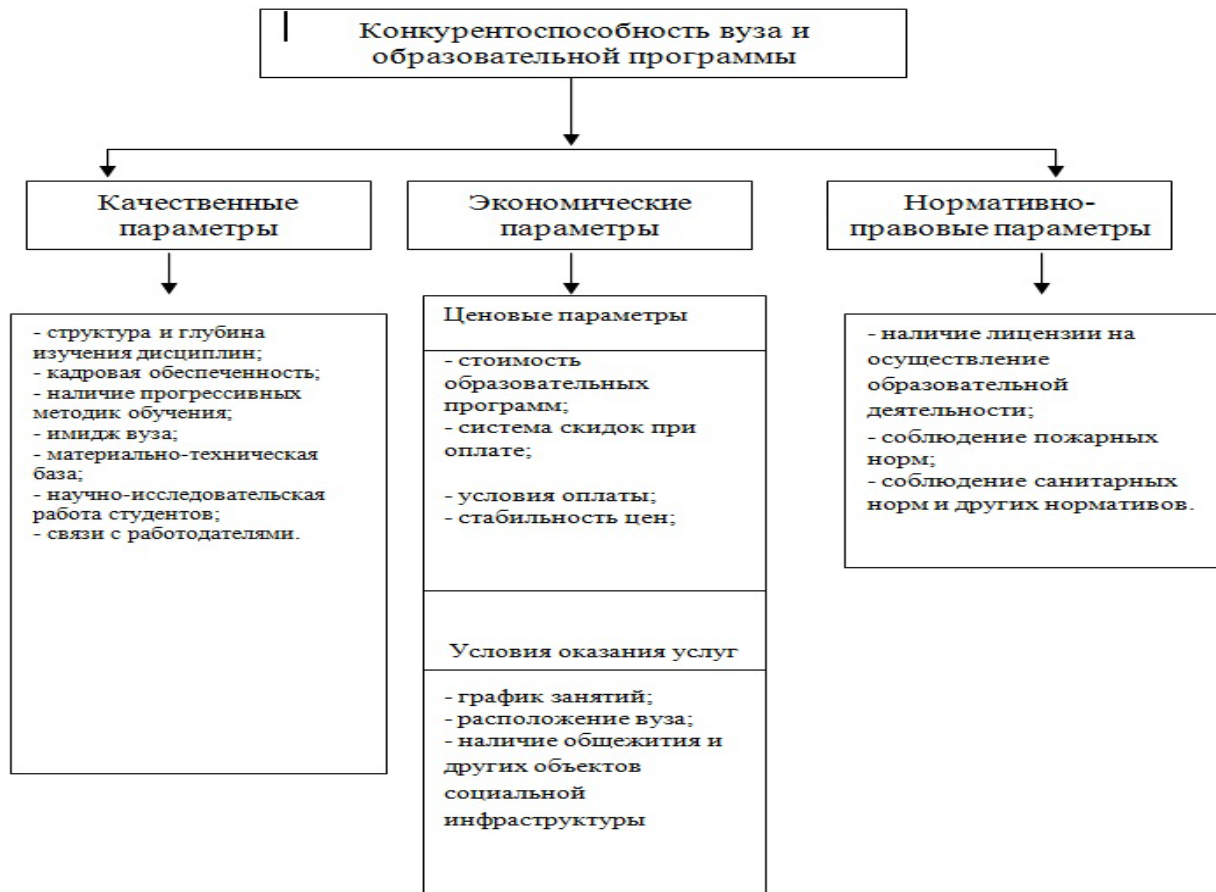


Рис. 1. Параметры оценки конкурентоспособности вуза и образовательной программы

В качестве адаптивных моделей обучения, способных быстро и эффективно реагировать на вызов меняющейся социокультурной среды, можно назвать совершенствование учебно-методических комплексов дисциплин (УМКД) с использованием модульных технологий, совершенствование методов активного обучения. Базовым основанием для разработки и внедрения форм и методов активного обучения является обучающе - исследовательский принцип организации учебного процесса, побуждающий к мыслительной активности, к исследовательскому подходу, к поиску идей для решения разнообразных задач по специальности. Для этого важны: квалификация преподавателя; наличие у него соответствующей мотивации и возможности изучать и внедрять передовой опыт. Таким образом, маркетинг напрямую указывает те стороны деятельности вуза (факультета), которые нуждаются в совершенствовании и развитии для обеспечения успешной деятельности на рынке образовательных услуг.

В понятие «имидж вуза» вкладывается наличие устоявшихся привлекательных отличительных особенностей данного учебного заведения, которые складываются из многих составляющих: статуса вуза, исторических традиций, наличия развитого воспитательного элемента (как национальной особенности всех уровней образовательной системы), честность рекламных сообщений, наличие определенных стратегических перспектив развития вуза.

Экономические параметры включают стоимость образовательных программ, используемую систему скидок при оплате, условия оплаты. Важным фактором для потребителя является также стабильность цен.

Предлагается не включать в систему показателей оценки конкурентоспособности показатели экономичности. Показатели экономичности (себестоимость образовательных программ, рентабельность инвестиций, внутренний коэффициент окупаемости и другие) играют важную роль при разработке стратегии деятельности вуза, но, в конечном счете, они находят выражение в перечисленных выше экономических параметрах. К тому же, затруднительно получение аналогичных данных по конкурентам, которые могут использовать при разработке своей стратегии другой набор значимых параметров. Поэтому следует ориентироваться только на те параметры, по которым производит сравнение вариантов рыночного предложения сам потребитель.

В группу экономических параметров в качестве подгруппы целесообразно включить условия оказания образовательных услуг, связанные непосредственно как с учебным процессом, так и с социальной сферой и оказывающие влияние на общие затраты потребителя по получению высшего образования. Для потребителя важно рационально и эффективно использовать учебное время, иметь возможность получить образование в своем городе (в филиале вуза) или учиться в вузе, обеспечивающем студентов общежитием.

Особенностью третьей группы параметров, которая включает нормативно-правовые требования, является то, что несоблюдение хотя бы одного из них исключает вузу возможность осуществления образовательной деятельности и говорить о конкурентоспособности данной образовательной программы нецелесообразно.

При оценке конкурентоспособности необходимо учитывать, что показатели конкурентоспособности вуза могут отличаться от конкурентоспособности образовательной программы, предлагаемой этим же вузом [2, с. 180]. Вуз объединяет несколько образовательных программ, и на одном направлении он может использовать лучшие ресурсы (высококвалифицированный преподавательский состав, преподающий на иностранном языке, сочетающий методы отечественной и зарубежной практики, обучение в компьютерных классах или лабораториях с новейшим оборудованием), повышая качество предоставляемых услуг, а на другое - направлять минимум ресурсов, необходимых только для поддержания программы. Четкое разграничение субъекта оценки поможет точнее сформулировать параметры, по которым проводится количественная оценка.

На втором этапе выстраивается ранжированная оценка показателей по степени значимости для потребителя интересующего сегмента. Для этого все показатели в группе качественных и экономических параметров ранжируются в порядке убывания степени значимости с выставлением балла значимости. Условия выбора должны быть таковы, чтобы итоговая сумма баллов по всем качественным параметрам была равна итоговой сумме баллов по всем экономическим параметрам.

На третьем этапе производится оценка каждой из конкурирующих образовательных программ (группы программ или вуза) по каждому параметру, которому был присвоен вес, отличный от нуля.

Если возможны прямые количественные оценки, показатели представляются в натуральных единицах измерения или других количественных показате-

лях (долях, индексах, удельных весах). Если прямая количественная оценка невозможна, то показатель выражается условной количественной оценкой в баллах [1, с. 448].

На четвертом этапе выбирается база сравнения: от ее выбора в значительной степени зависят правильность результата оценки конкурентоспособности образовательной программы и принимаемые в дальнейшем решения. Базой сравнения могут выступать:

- потребности покупателей;
- величина необходимого полезного эффекта;
- образец образовательной программы какого-нибудь лидирующего вуза-конкурента;
- гипотетический образец;
- группа аналогов.

Для сравнения показателей по вузу базовыми принимаются показатели ведущего образовательного учреждения или выработанные самим вузом в качестве эталонных.

На пятом этапе проводится сравнение оцениваемой образовательной программы и программ-конкурентов с программой-«эталоном» и между собой по выделенным параметрам. Оценка величины i -го параметра (b_i) рассчитывается следующим образом:

$$b_i = d_i / d_{эi} \quad (1)$$

или

$$b_i = d_i / d_{ki}, \quad (2)$$

где

d_i – величина i -го параметра анализируемого изделия;

$d_{эi}$ – величина i -го параметра образовательной программы-эталона (при котором потребность удовлетворяется на 100%);

d_{ki} – величина i -го параметра образовательной программы конкурента.

Следует иметь в виду, что оценка величины качественного параметра не должна превышать 100%, так как потребность, удовлетворенная более чем на 100%, означает экономически нецелесообразные затраты ресурсов, не имеющие значения для потребителя. В этом случае величину i -го параметра анализируемой образовательной программы или программы-конкурента снижают до эталонного значения.

Далее следует произвести расчет сводных параметрических индексов по формуле (3) отдельно по группе потребительских и группе экономических параметров.

$$I_n = \sum_{i=1}^n [a_i \cdot b_i] , \quad (3)$$

где

a_i – удельный вес i -го параметра в их общем числе;

b_i – оценка величины i -го параметра;

n – число анализируемых параметров.

Сводный параметрический индекс по нормативным параметрам (I_{nn}) рассчитывается по формуле (4).

$$I_{nn} = \prod_{i=1}^k q_i , \quad (4)$$

где

q_i – оценка соответствия i -го параметра изделия обязательным стандартам и нормам, которая может иметь только два значения – 1 и 0 – в зависимости от того, соответствуют или не соответствуют параметры требуемым нормам.

Относительную конкурентоспособность образовательной программы определяют с помощью интегрального показателя относительной конкурентоспособности:

$$K_{mi} = I_{nn} \cdot \frac{I_{nn}}{I_{нэ}} , \quad (5)$$

где

I_{nn} и $I_{nэ}$ – сводные параметрические индексы по потребительским и экономическим параметрам.

Если $K_{mi}^k > 1$, $K_{mi}^э > 0,8$, то анализируемая образовательная программа конкурентоспособна.

Таким образом, анализ конкурентоспособности позволяет оценить, соответствует ли качество и цена образовательных программ характеристикам, выработанным на основе требований потребителей и прогнозного развития рынка, и выявить, какая из составляющих отрицательно влияет на конкурентоспособность, а какая – положительно. На основе такого анализа вырабатывается план мероприятий, повышающих конкурентоспособность образовательной программы или вуза. Например, для повышения конкурентоспособности вуз может повысить долю остепененных преподавателей с учеными степенями и учеными званиями, открыть новые компьютерные классы, совершенствовать рекламную политику.

3. Сравнительный анализ конкурентоспособности вузов

(на примере вузов Павлодарской области Республики Казахстан)

В Павлодарской области Республики Казахстан осуществляют образовательную деятельность три высших учебных заведения (без учета филиалов вузов других городов), из которых: два вуза государственных (Павлодарский государственный университет, Павлодарский государственный педагогический институт) и один вуз частный (Инновационный Евразийский университет).

Данные вузы жестко конкурируют между собой не только за привлечение абитуриентов, но и за удержание имеющихся студентов, поскольку зачастую последние могут в процессе обучения в определенном вузе отдать предпочтение другому [15, с. 136]. Существующая конкуренция обостряется тем, что в вышеперечисленных вузах в значительной мере предлагается перечень аналогичных специальностей.

В республиканском рейтинге педагогических вузов Павлодарский государственный педагогический институт в период 2012 по 2014 годы стабильно занимает третье место.

В генеральном республиканском рейтинге конкурентоспособности университетов по итогам 2012–2013 годов Павлодарский государственный университет занимает пятое место (45,17%). Данный вуз обучает студентов по 63 специальностям гуманитарно-экономического, технического, естественнонаучного профилей.

В генеральном республиканском рейтинге конкурентоспособности университетов Инновационный Евразийский университет по итогам 2012 года занимает десятое место, по итогам 2013 года восьмое место. Данный вуз обучает студентов по 57 специальностям гуманитарно-экономического, технического, естественнонаучного профилей.

Результаты республиканского генерального рейтинга конкурентоспособности вузов позволяют сделать вывод о том, что на территории Павлодарской области Республики Казахстан функционируют вузы с высоким уровнем конкурентоспособности, подтверждаемым наличием высококвалифицированного профессорско-преподавательского состава, высоким качеством образовательных процессов, высоким уровнем знаний студентов (подтверждаемым ПГК – промежуточным государственным контролем), развитой материально – технической базой, использованием современных методов и информационных технологий в образовательном процессе [17, с. 181].

Все вузы Павлодарского региона успешно прошли государственную аттестацию и аккредитацию, внедрили систему кредитных технологий, систему менеджмента качества.

На рисунке 2 отражены доли Павлодарских вузов на рынке образовательных услуг в сфере высшего образования за 2010-2013 годы.

Наибольшую долю рынка по числу студентов среди перечисленных вузов на протяжении четырех лет (2010-2013 годы) занимает Павлодарский государ-

ственный университет. Доля рынка, занимаемая данным вузом, остается относительно стабильной и имеет незначительную тенденцию к сокращению (2010 год – 61,4%, 2013 год – 61,1%).

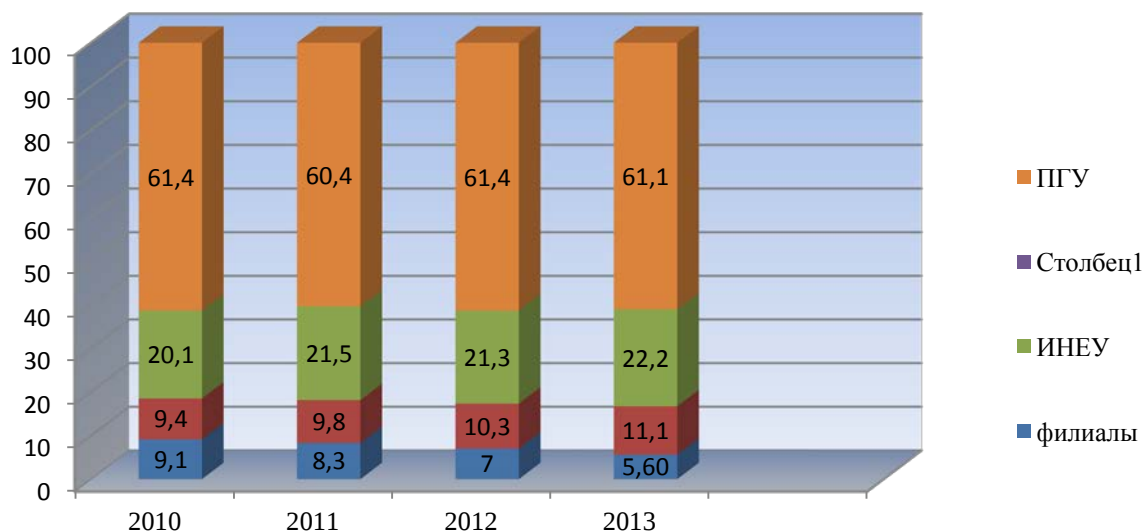


Рис. 2. Доля вузов Павлодарского региона на рынке образовательных услуг в сфере высшего образования за 2010-2013 годы (в %)

Доля рынка, занимаемая Инновационным Евразийским университетом, имеет тенденцию к некоторому росту, однако почти в 2,5 раза меньше доли рынка, занимаемой Павлодарским государственным университетом.

Доля рынка, занимаемая Павлодарским государственным педагогическим институтом, вследствие его статуса существенно ниже долей рынков, занимаемых региональными университетами, однако имеет тенденцию к стабильному росту. Если в 2010 году значение данного показателя составило 9,4%, то в 2013 году – 11,1%.

Доля рынка, занимаемая филиалами вузов, функционирующими на территории Павлодарского региона, имеет тенденцию к существенному снижению вследствие наличия законодательно – нормативных барьеров. Если в 2010 году значение данного показателя составило 9,1%, то в 2013 году – 5,6%.

Динамика занимаемой данными вузами доли рынка в анализируемый период, представленная на рисунке 2, демонстрирует выгодное прогрессирующее

положение ИнЕУ и ПГПИ на рынке образовательных услуг Павлодарского региона, что свидетельствует о повышении его конкурентоспособности.

Анализ конкурентоспособности Павлодарского государственного педагогического института в аспекте динамики численности студентов позволяет сделать вывод о стабильном приросте данного показателя. Однако, темпы прироста численности студентов вузов период 2010 – 2013 годы незначительны вследствие неблагоприятной демографической ситуации. Данная тенденция характерна и для других вузов Павлодарского региона. В целом, в Республике Казахстан в период 2010 – 2013 годы имеет место сокращение численности студентов вследствие неблагоприятной демографической ситуации. Данная тенденция будет углубляться на фоне ввода законодательно – нормативных барьеров для абитуриентов, поступающих в вузы. На рисунке 2 отражена численность студентов вузов Павлодарского региона на начало 2012-2013 учебный год.

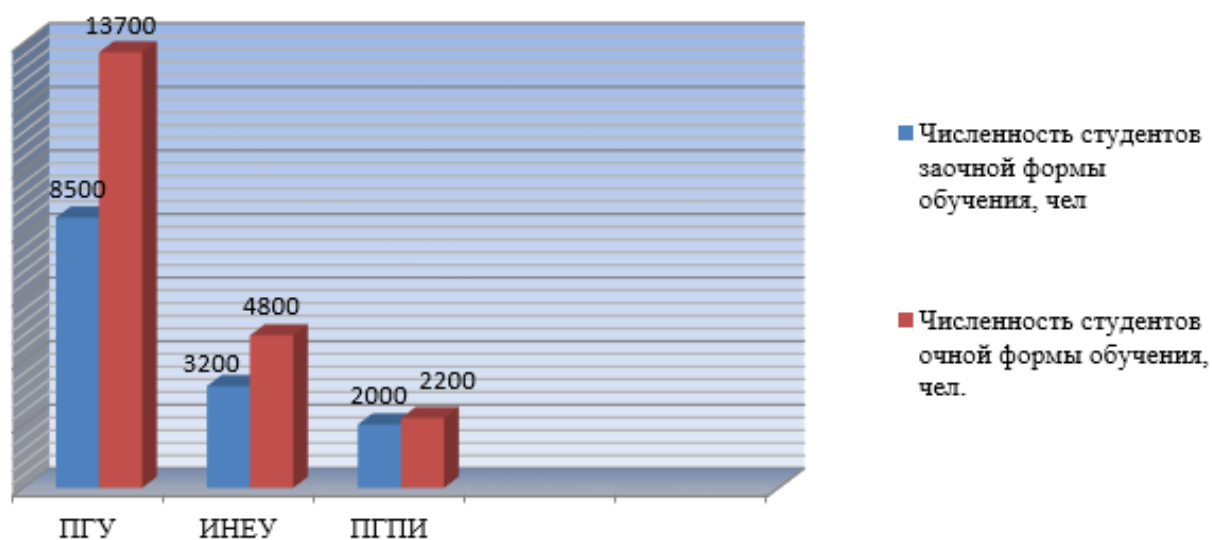


Рис. 3. Численность студентов вузов Павлодарского региона на начало 2012-2013 учебного года

Анализ представленных на рисунке 3 данных показывает, что лидером по численности студентов вузов Павлодарского региона среди университетов является Павлодарский государственный университет, что свидетельствует о его высокой привлекательности как для абитуриентов, так и для студентов в сравнении с другими вузами. При этом Инновационный Евразийский университет по чис-

ленности студентов уступает лидирующему вузу Павлодарскому государственному университету более чем в два раза, что требует от него целесообразности активизации различных мероприятий, направленных на привлечение как можно большего числа абитуриентов в университет. Численность студентов Павлодарского государственного педагогического института соответствует статусу вуза и не может сопоставляться с численностью студентов университета вследствие меньшего количества факультетов, специальностей. Динамика численности студентов Павлодарского государственного педагогического института имеет позитивный тренд, несмотря на сложную демографическую ситуацию.

Данная тенденция обусловлена:

- целенаправленной работой вуза по профориентации выпускников школ;
- системным Р-Р менеджментом;
- современными программами обучения;
- высоким уровнем качества индивидуальной работы со студентами в рамках функционирования кредитных технологий и системы менеджмента качества.

Численность профессорско-преподавательского состава данных вузов пропорциональна численности студентов и формируется на основе государственных нормативов, предъявляемых к штатному расписанию персонала вузов. Численность профессорско-преподавательского состава вузов Павлодарского региона на начало 2012 – 2013 учебного года отражена в таблице 3.

Таблица 3

Численность профессорско-преподавательского состава вузов Павлодарского региона на начало 2012 – 2013 учебного года

Численность профессорско-преподавательского состава, чел.	ПГУ	ИНЕУ	ПГПИ
Всего:	530	360	265
докторов наук, профессоров	40	35	19
кандидатов наук, доцентов	177	149	92
Остепененность вуза, %	40,9	51,1	41,9

Данные таблицы 3 позволяют сделать вывод о том, что уровень остепененности профессорско-преподавательского состава вузов Павлодарского региона несколько ниже законодательно – нормативных требований, что отражается, как

негативный фактор, при проведении аккредитации и аттестации вузов. Однако, вузы ведут системную работу по повышению уровня остепененности профессорско-преподавательского состава. В частности, в 2010 году преподавателями Павлодарского государственного педагогического института защищено 23 диссертации, из них 3 докторских, 20 кандидатских. В 2011 году защищены 18 диссертаций, из них 3 докторских, 15 кандидатских. В 2012 году защищены 12 диссертаций, из них две докторских, 10 кандидатских. В 2013 году защищены три кандидатские диссертации.

В связи с изменениями, внесенными в закон Республики Казахстан «О науке», другими законодательно – нормативными документами защита кандидатских диссертаций в вузах Республики Казахстан отменена, а подготовка научно-педагогических кадров осуществляется исключительно в рамках образовательных программ докторантуры Ph.D.

На рисунке 4 отражена структура профессорско-преподавательского состава вузов Павлодарского региона по уровню остепененности на начало 2012 – 2013 учебного года.

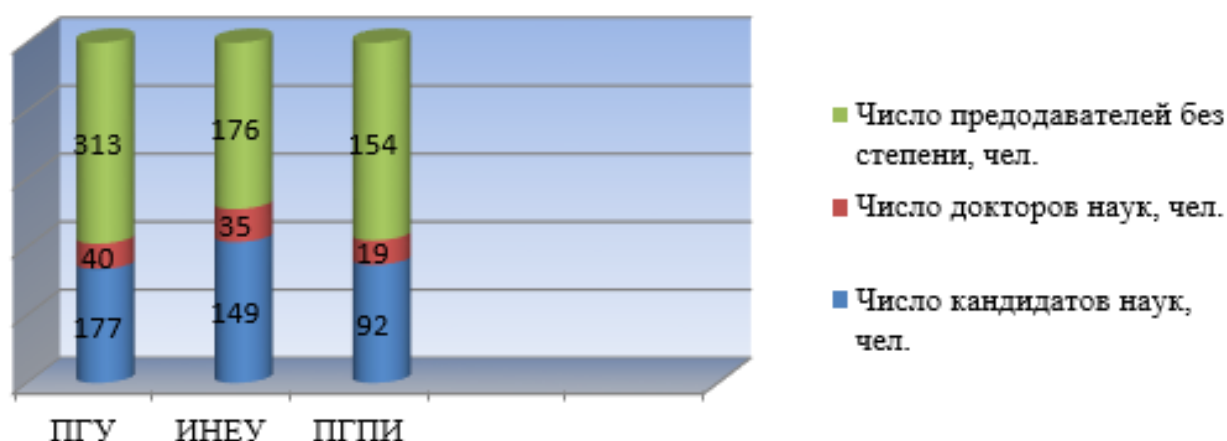


Рис. 4. Структура профессорско-преподавательского состава вузов Павлодарского региона по уровню остепененности на начало 2012-2013 учебного года

Важнейшим фактором конкурентоспособности вузов является качество учебного процесса, включающее: качество учебных программ; качество методического обеспечения учебного процесса; наличие системы менеджмента качества; наличие кредитных технологий; уровень использования интерактивных методик в учебном процессе. Уровень качества учебного процесса вузов Павлодарского региона на начало 2012 – 2013 учебного года отражен в таблице 4.

Таблица 4

Уровень качества учебного процесса вузов Павлодарского региона на начало 2012-2013 учебного года

Параметры качества учебного процесса	ПГУ	ИНЕУ	ПГПИ
Качество учебных программ	Формируются УМКД, соответствующие ГОСО и СТК		
Качество методического обеспечения учебного процесса	Формируются методические указания к лекционным, практическим и самостоятельным занятиям студентов		
Наличие системы менеджмента качества	+	+	+
Наличие кредитных технологий	+	+	+
Уровень использования интерактивных методик в учебном процессе	низкий	средний	высокий
Использование современных информационных технологий в учебном процессе	низкое	низкое	среднее

Данные таблицы 4 позволяют сделать вывод о том, что качество учебного процесса в вузах Павлодарского региона является достаточно высоким.

По мнению авторов, «разрешение противоречий между несоответствием ресурсов системы высшего образования, с одной стороны, и целевыми требованиями современного общества – другой, видится в разработке инновационной стратегии управления ресурсами» [16, с. 88].

В связи с чем, целесообразно исследовать уровень материальной инфраструктуры вузов Павлодарского региона. Уровень материальной инфраструктуры вузов Павлодарского региона на начало 2012 – 2013 учебного года отражен в таблице 5, из которой видно, что по уровню материальной инфраструктуры Павлодарский государственный педагогический институт имеет некоторые высокие конкурентные позиции в сравнении с Павлодарским государственным университетом и Инновационным Евразийским университетом: количество

учебных корпусов соответствует нормативному значению и позволяет проводить занятия в одну смену; уровень обеспеченности библиотечным фондом одного среднесписочного студента также соответствует нормативному значению и позволяет обеспечить всех студентов необходимыми информационными источниками на электронных и бумажных носителях [19, с. 287]; количество мест в общежитии является недостаточным для обеспечения проживания иногородних студентов; обеспеченность студентов горячим питанием ниже нормативного уровня, как по количеству, так и по качеству; количество спортивных залов выше нормативного уровня вследствие наличия в вузе спортивного комплекса, включая бассейн.

Таблица 5

Уровень материальной инфраструктуры вузов Павлодарского региона на начало 2012 – 2013 учебного года

<i>Структура информационно-материального обеспечения, шт.</i>	<i>ПГУ</i>	<i>ИНЕУ</i>	<i>ПГПИ</i>
Количество учебных корпусов	4	2	3
Количество библиотек	3	2	2
Количество общежитий	1	-	1
Количество спортивных залов	2	2	2
Количество столовых	3	2	2
Количество оздоровительных лагерей	-	-	-
Количество санаторно-профилактических учреждений и здравпунктов	2	2	2

Таким образом, исследование конкурентной среды рынка образовательных услуг Павлодарского региона и факторов, способствующих формированию конкурентоспособности вузов, показало, что основными особенностями функционирования вузов в современных условиях является усиление конкурентной борьбы и динамичное изменение внешней (макро- и микро-) и внутренней среды.

4. Инновационная деятельность как фактор повышения конкурентоспособности высшего учебного заведения

Высшая школа в числе других государственных институтов одной из первых оценила современные тенденции развития инновационных процессов, их

роль и значение в реформировании экономики, разработке новых прорывных технологий, создании конкурентоспособной наукоемкой продукции.

Следует отметить, что достижение поставленных стратегических целей во многих случаях сдерживается по следующим причинам. Зачастую отсутствует понимание необходимости формирования и развития полного инновационного цикла вуза в образовательной и научно-технической сферах с учетом приоритетных направлений развития науки и техники - от генерации знаний, проведения фундаментальных и прикладных исследований до выпуска продукции на внутренний и внешние рынки. Отсутствуют полноценные методики оценки инновационных проектов, поиска путей финансирования и способов продвижения новых продуктов.

Недостаточна мотивация, обеспечивающая привлечение ученых, преподавателей, магистрантов и студентов в инновационный процесс. В частности;

- не созданы системы комплексной поддержки образовательных и научно-технических инноваций с привлечением бизнес-инкубаторов, технопарков и других инновационных структур;

- имеет место слабая концентрация научного и научно-технического потенциалов на проведение приоритетных исследований и разработок;

- требуется проведение научно-технических конференций с целью привлечения студентов и молодых специалистов в научную деятельность, организация совместных мероприятий, в которых будут задействованы как исполнители учебных, так и научных проектов.

Не везде еще созданы службы по защите объектов интеллектуальной собственности, принадлежащих вузу или его работникам. Существующая инфраструктура во многих случаях не способствует интеграции новых образовательных и научных процессов. Далеко не во всех вузах создано единое информационное пространство, объединяющее учебный, научный и инновационный блоки вуза с поддержкой автоматизированного документооборота. Недостаточно развито сотрудничество вузов с региональными, межрегиональными и международ-

ными организациями, поддерживающими предпринимательскую и инновационную деятельность. Не проводится системная апробация в рамках вуза новых финансово-экономических механизмов поддержки инновационной деятельности (венчурное финансирование, привлечение средств международных организаций, благотворительных фондов).

Перечисленные проблемы развития приоритетных направлений инновационной деятельности в высшем учебном заведении не позволяют поднять статус вуза и высшего образования на уровень, способный отвечать запросам рынка.

Указанные выше причины не позволяют обеспечить в полной мере: воспитание конкурентоспособных выпускников вузов, молодых профессиональных кадров; повышение профессионального уровня преподавательского состава вуза; эффективное взаимодействие вуза с рынком труда; достойное социально-экономическое положение работников, студентов, магистрантов; создание благоприятных условий труда в вузе; современное материально-техническое обеспечение учебного и научного процессов; повышение инновационного потенциала вуза; эффективную защиту объектов интеллектуальной собственности; создание благоприятных условий по коммерциализации результатов прикладных исследований; эффективное взаимодействие с отраслевыми предприятиями и фирмами; выход на внутренние и внешние рынки наукоемкой и образовательной продукции; получение стабильного высокого дохода от инновационной деятельности за счет выхода на внебюджетные источники финансирования.

Наряду с этим, все еще недостаточно развита маркетинговая деятельность по продвижению образовательных и инновационных продуктов и услуг. Маркетинговая деятельность вузов находится в зачаточном состоянии, ориентирована, в основном, на изучение рынка возможных абитуриентов и не предусматривает функционирование системы распространения разработанных в вузе новых технологий на базе коммерциализации научных знаний и изобретений в условиях эффективной защиты интеллектуальной собственности и трансфера технологий.

В связи с чем, для успешного осуществления инновационной деятельности высшему учебному заведению требуются службы по продвижению и распространению нововведений на внутреннем и внешнем рынках - маркетинговые отделы, которые в свою очередь должны входить в инфраструктуру по созданию наукоемкой продукции и услуг. Для подобных вузовских органов характерны следующие направления:

- информационное обеспечение инновационной деятельности высшего учебного заведения;
- проведение маркетинговых исследований, анализ конъюнктуры рынка, поиск новых ниш сбыта наукоемкой продукции;
- организация сбытовой деятельности инновационных продуктов;
- привлечение таких современных экономических инструментов как кредитование, лизинг, страхование рисков, венчурное финансирование;
- региональное, межрегиональное и международное взаимодействие с субъектами инновационной деятельности;
- организация служб сервисной поддержки новой продукции и технологических процессов [11, с. 271].

Приоритетными направлениями маркетинговой деятельности на основе критериев, определенных для выбора приоритетов инновационной деятельности вуза, будут являться маркетинговые исследования, организация сбыта товаров и услуг и региональное и международное сотрудничество.

Огромное значение для достижения синергетического эффекта имеет интеграция образовательных и научных процессов, которая позволит повысить профессиональный уровень преподавательского состава вуза, поможет вовлечь молодых студентов в научную деятельность, даст возможность прохождения квалифицированной практики для студентов, повысить эффективность функционирования структурных подразделений по обоим направлениям деятельности высшего учебного заведения.

Опыт развитых стран показывает, что наиболее эффективными структурами по интеграции науки и образования являются технопарковые, в которых создаются надлежащие условия для быстрого осуществления инноваций и многократного увеличения их количества [12, с. 215].

Учитывая важность системы высшего образования, а также сложность и многофакторность проблем этой сферы, для успешного позиционирования на рынке каждому высшему учебному заведению необходимо внедрять необходимые инновации как непосредственно в образовательные процессы, так и в организацию и принципы своего функционирования.

Образовательные инновации могут выражаться во внедрении новых методик и технологий реализации образовательного процесса. Они могут быть представлены в виде учебно-методических комплектов - «кейсов», ТВ- технологий, интернет-технологий и методик электронного образования, в виде различных моделей дистанционного обучения.

Задача руководителя вуза состоит в том, чтобы формировать будущее учреждения высшего профессионального образования и успешно вести его через все этапы роста с целью раскрытия его максимального потенциала. Это достигается при следующих условиях:

- при наличии глубокого осознания целей и курса вуза всеми сотрудниками и профессорско-преподавательским составом (ППС);
- соответствии действий каждого сотрудника целевому назначению и системе ценностей, принятой в вузе; совершенствовании себя и других;
- существовании программ мотивирования и осуществлении открытого обмена информацией, а также при создании среды, которая стимулирует достижение экстраординарных результатов и предоставляет сотрудникам и профессорско-преподавательскому составу полномочия для этого. Необходимо думать о будущем вуза и обсуждать данную концепцию с сотрудниками и профессорско-преподавательским составом всех уровней управления вуза.

Руководители преуспевающих вузов понимают, каким образом внедрять видение перспективы, миссию и ценности в жизнь всего вуза. Они создают инфраструктуру инновационных процессов и систем, которая поддерживает положительные результаты образовательного процесса посредством последовательных процессов и системы в областях управления персоналом, планирования и регулирования образовательного процесса, финансов и контроля результатов образовательного процесса.

При организации инновационной деятельности в вузе следует руководствоваться совокупностью принципов, методов и форм управления инновационными процессами. Руководители учреждений высшего профессионального образования, стремящиеся создать успешные вузы с устойчивой конкурентной позицией, понимают, что конкурентные преимущества обеспечивают инновации, а инновации проводятся особенными людьми, движимыми общей страстью решать проблемы и превращать идеи в реальность. Вузы, которые непрерывно вводят инновации в собственную образовательную деятельность, будут создавать и занимать новые ниши на рынке образовательных услуг, создавать инновационные образовательные услуги и развивать новые направления бизнеса в образовании - все, что ведет к дальнейшему укреплению позиций на рынке. Итак, наилучший способ гарантировать конкурентоспособность вуза состоит в том, чтобы строить собственную деятельность, базируясь на инновациях.

Очевидно, что у каждого руководителя структурного подразделения вуза существуют определенные обязанности в своей области, но при ориентации на инновации следует поощрять и межфункциональную инновационную деятельность. Для этого руководителю вуза следует создать неформальную атмосферу доверия и добиться, чтобы руководители структурных подразделений разделяли его взгляды на будущее учреждения высшего профессионального образования. Команда руководителей должна быть эталоном для всех сотрудников различных уровней управления вузом и профессорско-преподавательского состава и во взаимодействии с ними добиваться общего успеха.

В наступившую эпоху системных инноваций для вуза гораздо важнее обеспечить межфункциональное совершенство, чем специализироваться только в одной определенной области. Учреждения высшего профессионального образования, которые получают максимальную отдачу от своих технологий образования и инноваций в образовательном процессе, способны сочетать свои технические разработки с достижениями в таких областях своей основной деятельности, как обучение студентов, распространение результатов интеллектуального труда, трудовые ресурсы, маркетинг и взаимоотношения с потребителями.

Для осуществления руководства деятельностью сотрудников вуза и профессорско-преподавательского состава в данных областях необходимо организовать формальные либо неформальные межфункциональные команды управления. Эти группы могут также находить и развивать новые направления образовательной и научной деятельности, заполняя пустующие рыночные ниши.

Выявление особенностей инновационной деятельности основных участников и в различных компонентах образовательного процесса позволило сделать вывод о том, что инновационная деятельность в учреждении высшего профессионального образования является обязательным и профильным элементом. Развитие инновационной деятельности должно основываться на следующих принципах:

- в единстве учебного, научного, воспитательного и инновационного процессов в вузе и его связи с экономикой, наукой и социальной сферой региона и государства в целом;
- наличии системы управления инновациями, включая коммерциализацию (сбыт, трансфер) учебной, научной и инновационной продукции как части общей системы управления вузом;
- интеграции с учреждениями образования и науки, промышленным комплексом региона для решения стратегических задач развития инновационной среды и экономики региона в целом;
- вовлечении в инновационный процесс преподавателей, сотрудников, студентов и магистрантов.

Способность к конкурентной борьбе обеспечивается целым рядом факторов. К ним относятся следующие:

1. Разнообразие ассортимента предлагаемых услуг.
2. Наличие пользующейся спросом образовательной услуги.
3. Привлекательные цены.
4. Привлекательные программы по реализации услуги.
5. Дополнительный сервис.
6. Рекламная деятельность.

Можно выделять конкурентоспособность вуза в настоящий момент времени и потенциальную, то есть его конкурентоспособность в будущем. Реальная конкурентоспособность вуза будет складываться из продукции вуза и его положения на рынке образовательных услуг в настоящий момент и прогноза его положения в будущем, основанном на прогнозе изменений во внешней среде вуза и состоянии его внутренней среды. Тогда, под конкурентоспособностью вуза понимаются 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.

Приведенные выше факторы обеспечения конкурентоспособности вузов определяют необходимость разработки конкурентных стратегий вуза. При разработке стратегии наиболее важны три момента. Это, во-первых, выбор направления. Не обязательна строго расписанная, детализированная программа. Но четкое определение направления движения является обязательным атрибутом стратегической ориентации учреждения. Во-вторых, сбор информации, позволяющей учитывать происходящие изменения во внешней среде, особенности рынка, действия конкурентов. В-третьих, гибкость, то есть способность реагировать на внешние изменения, использовать появляющиеся благоприятные возможности,

заранее предотвращать угрозу срывов. Стратегия в этом случае не является застывшей, неизменной, устойчивой, но активно приспосабливается к намечающимся сдвигам, впитывает в себя новые тенденции.

Система управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения должна включать постоянно действующий мониторинг эффективности функционирования вуза и качества предоставляемых образовательных услуг [8, с. 264].

Для определения потребностей и ожиданий клиента существует целый арсенал средств и методов, связанных с получением обратной связи. Один из методов - обследование потребителей компании на предмет их удовлетворенности товарами / услугами. Такое исследование позволяет замерить удовлетворенность товаром в целом; сравнить представления персонала с ожиданиями потребителей; выявить приоритеты, влияющие на улучшения; обеспечить базовыми данными для работы СМК; повысить показатели удержания потребителей; обобщить ценности потребителей; придерживаться требований стандартов ИСО серии 9000.

Автору близка позиция российских исследователей [18], которые рассматривают потребительский мониторинг не только как инструмент оценки, но, прежде всего, как средство, делающее управление образовательным процессом эффективным. Важность данного опыта доказана возможностью составления по результатам потребительского мониторинга планов корректирующих и предупреждающих мероприятий для улучшения качества предоставляемой образовательной услуги.

Потребительский мониторинг (в переводе с английского «предостережение», «наблюдение», «контролирование») – комплекс научных средств оперативного наблюдения и анализа изменения удовлетворенности различных групп потребителей.

Чем же отличается мониторинг от традиционных для социологии панельных, то есть периодически повторяемых по аналогичным программам исследований?

Как отмечает по этому поводу доктор социологических наук, профессор А.Н. Силин: «в первую очередь тем, что при мониторинге, в отличие от исследования, осуществляется регулярное отслеживание лишь ограниченного круга показателей, согласованного с заказчиком. Специфичность мониторинга можно кратко выразить триадой: преемственность – перманентность – автоматизация. При этом преемственность, сопоставимость эмпирической информации обеспечивается стандартизацией процедур и методического инструментария её получения. Под перманентностью понимается хронологическая упорядоченность последовательности дискретных актов регистрации и анализа эмпирических данных. Уровень и технология автоматизации определяется сложностью иерархической структуры социального объекта, числом контролируемых параметров, пространственным размещением элементов социальной структуры и продолжительности наблюдения» [18, с. 5].

Мониторинг не ставит своей задачей, в отличие от социологического исследования, получение каких-либо теоретических результатов, здесь преследуются сугубо практические цели. Первоочередная задача, после принятия решения о разработке мониторинга и формулирования его основных целей и задач, выбор индикаторов, наиболее адекватно отражающих исследуемый социальный процесс и одновременно, доступных для регулярного получения. Выбор индикаторов для каждого конкретного социального объекта должен учитывать необходимость его устойчивого и эффективного развития [18, с. 6].

Источники получения информации в потребительском мониторинге самые разные: статистические данные, экспертная оценка, результаты социологических опросов, анализ материалов прессы и др.

Стратегия инновационной политики определяет генеральный курс видения, миссии, перспективных целей инновационной политики вуза, исходя из философии его развития и потребностей потребителей образовательных услуг, опираясь на его интеллектуальный потенциал как основу жизнедеятельности.

Конкуренция не просто стимулирует, а буквально заставляет вузы участвовать в формировании рынка инноваций по следующим основным направлениям:

- развитие собственной научной экспериментальной базы для проведения научно-исследовательских работ;
- проведение исследований на кооперационных началах с другими вузами или организациями;
- оформление заказов на проведение научно исследовательских и экспериментальных работ для образовательных и иных учреждений.

В своей политике инновационного развития каждому вузу необходимо определить, зачем и каким образом он должен развиваться в настоящее время, чтобы реализовать видение, миссию и достичь желаемых целей в будущем. Стратегическая инновационная политика как бы осуществляет видение долгосрочной перспективы, взгляд «из будущего в настоящее». Стратегия определяет «что изменить» и «как изменить». Ответы на эти вопросы дают возможность проектировать механизм инновационного развития вуза как системы. Сущность инновационной политики развития вуза состоит в предвидении изменений его научно-педагогической деятельности, выработке решений, обеспечивающих гармоничное и устойчивое развитие. Следовательно, такая стратегия должна опережать спрос на научно-образовательную деятельность.

Стратегия инновационного развития вуза должна опираться на результаты обширных исследований и фактических данных, разрабатываться с точки зрения перспектив развития вуза, а не его учредителей, и формироваться так, чтобы не только оставаться целостной в течение длительных периодов времени, но и быть достаточно гибкой. По мере необходимости стратегия может подвергаться модификации и переориентации, так как конфликтная и постоянно меняющаяся деловая и социальная среда неизбежно требуют своевременного внесения необходимых корректировок.

В заключение следует отметить, что проблемы обеспечения конкурентоспособности вузов и выбор стратегии их деятельности в условиях региональной конкуренции – жизненно важный вопрос не только в рамках отдельно взятого вуза, но и для региона в целом. Решение задач по оптимизации деятельности образовательных учреждений как самостоятельных единиц на рынке услуг в конечном

итоге могло бы способствовать гармоничному развитию как отдельно взятого вуза, так и системы высшего образования региона, что неизбежно положительно отразится на общем уровне подготовки квалифицированных специалистов.

Список литературы

1. Васильев Ю.С., Федоров М.П., Федотов А.В. Экономика и организация управления вузом. – СПб.: Лань, 2005 г. – 448 с.
2. Волгина С.В. Управление ключевыми компетенциями в системе мер обеспечения конкурентоспособности ВУЗа на рынке образовательных услуг. Монография. – Ростов-н/Д: Ростиздат, 2010. – 180 с.
3. Голик А. Система внешних факторов конкурентоспособности вуза. // Высшее образование в России. – 2010. – № 7. – С. 21-29.
4. Жукова Т.В. Экономическая устойчивость Российских вузов // Университетское управление: практика и анализ. – 2008. – №6. – С. 15-22.
5. Зонова А.В. Методика оценки уровня образовательных услуг и реинжиниринг учебного процесса // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – С. 21-24.
6. Князева И.В. Комплексная оценка деятельности вуза: баланс необходимого и достаточного // Высшее образование сегодня. – 2009. – № 1. – С. 31–37.
7. Коджаспирова Г.М, Коджаспиров А.Ю. Стратегия и тактика управления конкурентоспособностью вузов. Методическое пособие. - Алматы, 2009. – 214с.
8. Комаров О.Е. Потребительский мониторинг как метод самооценки и управления качеством. // Материалы региональной научно-практической конференции «III Капеновские педагогические чтения» - Павлодар: ПГПИ, 2010. Том II – С. 264-267.
9. Корчагова, Л.А. Оценка конкурентоспособности вуза. М.: Дело. 2007. – 283 с.
10. Кулагин В. Основные тенденции модернизации управления в сфере высшего образования // Высшее образование в России. – 2012. – № 3. – С. 4–13.
11. Лазарев В.А., Мохначев С.А. Конкурентоспособность вуза как объект управления. Монография. – М.: Изд. дом «Пригородные вести». – 2009. – 360 с.
12. Мохначев С.А. Современная тенденция развития управления конкурентоспособностью вуза. - М.: Юнити, 2009. – 305 с.

13. Осипова Ю.А. Управление конкурентоспособностью вуза на рынке образовательных услуг: автореф. дисс. канд. экон. наук: 08.00.05. – СПб., 2013. – 19 с.
14. Рудица Н.Б. Инновационные преобразования высшей школы, в странах ближнего и дальнего зарубежья. - Тюмень: Вектор Бук, 2004. – 160 с.
15. Рудица Н.Б. Формирование конкурентных преимуществ организаций в условиях глобальной экономики. //Устойчивое развитие хозяйствующих субъектов стран экономического содружества: состояние и перспективы. – Материалы международной научно-практической конференции. – Тюмень – Павлодар: Типография «Печатник» 2009. - С. 136-140.
16. Рудица Н.Б., Комаров О.Е. Проблемы управления ресурсами системы высшего образования Казахстана. // Известия высших учебных заведений: Социология. Экономика. Политика. – Тюмень: Тюм.ГНГУ, 2014. № 2. – С. 88-92.
17. Рудица Н.Б., Неумывако В.А. Некоторые аспекты инновационных процессов в системе высшего образования. //Вестник ИнЕУ - Павлодар, 2010. - С.181-183.
18. Силин А.Н. Социологические исследования и социологический мониторинг в системе социального управления регионом. / Менеджмент в социальной сфере. Под ред. проф. Силина. Вып. 5. – Тюмень, 2003. - С. 3-6.
19. Трубецкая К.И., Комаров О.Е. Информационные технологии в библиотечно-информационном обслуживании высших учебных заведений. // «Книга. Время. Общество»: Материалы международной научно-практической конференции. - Павлодар: ПГПИ, 2013. – С. 285-289.

Комаров Олег Евгеньевич - канд. социол. наук, профессор кафедры экономики, права и философии, Павлодарский государственный педагогический институт, Казахстан, Павлодар.
