

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

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

Keywords: competitiveness; educational services; quality of higher education; institution of higher education; external and internal environment.

Аннотация. Современное высшее образование, утверждает автор, характеризуется высокой конкуренцией предоставляемых образовательных услуг. Функционирование вуза в рыночной среде предполагает его предпринимательскую активность, которая нацелена на широкое привлечение потребителей образовательных услуг. Поэтому в современных социально-экономических условиях именно конкурентная среда высших учебных заведений претерпела значительные изменения. Прежде всего подверглись изменению факторы внешней и внутренней среды вуза, определяющие формирование и последующее развитие отличительных преимуществ вуза и являющиеся по своей сути факторами конкурентоспособности.

В статье предпринята попытка проанализировать факторы внешней и внутренней среды вуза, предоставляющего образовательные услуги, способные удовлетворять образовательные потребности конкретных потребителей, поскольку в рыночных условиях конкурентной борьбы каждый вуз должен реализовывать свою собственную систему действий, диверсифицировать набор образовательных услуг, осваивать маркетинг образовательной и научной деятельности. 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.

Abstract. Modern higher education, says the author, is highly competitive educational services. Functioning of the institution in the market environment suggests its business activity, which is aimed at a broad involvement of consumers of educational services. Therefore, in the present socio-economic conditions, it is the competitive environment of higher education institutions has undergone significant changes. First of all the factors of external and internal environment of the university changed, which determine the formation and subsequent development of the distinctive advantages of the university and are inherently competitive factors.

The author of the article attempts to analyze the factors of external and internal environment of the university providing educational services that can meet the educational needs of specific customers, as market conditions of competition every school must implement their own system of actions to diversify educational services, develop marketing educational and scientific activities. The strategy of the university is that based on the analysis of environmental factors and components of its competitive potential to transform it into a real competitive advantage in the form of competitive educational services and programs.

Динамичное развитие рыночных отношений в стране и усиление конкуренции в сфере образования ставят перед вузами вопрос об обеспечении 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 и 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 [2, 19].

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

- собственно образовательные услуги;
- научно-исследовательские услуги, в том числе проведение научных исследований;
- услуги гостеприимства, туризма, конференц-туризма;
- консалтинговые услуги;
- рекрутинговые услуги;
- товары, сопровождающие и обеспечивающие процесс обучения.

Образовательная услуга – специфическое производство в непроеизводственной 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 он не всегда точно предопределен заранее.

Особенностью образовательных услуг является активное участие потребителя в процессе их предоставления. 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 потребностей человека в получении определенного вида знаний, умений и навыков, в приобретении определенной профессии или получении образования, в удовлетворении спроса на специалистов на рынке труда.

К характерным особенностям самого рынка образовательных услуг, определяющим внешнюю среду вуза, можно отнести следующие:

1) высокий уровень нормативно-правового обеспечения (деятельность образовательных учреждений высшего профессионального образования Республики Казахстан в настоящее время определяется комплексом законов, рядом постановлений Правительства РК, нормативными документами Министерства образования РК, а 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, чем 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 установленной 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, что связано с отсутствием четких критериев при лицензировании направлений и специальностей для государственных и негосударственных образовательных учреждений, с 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 придает ему способность удовлетворять ожидаемые и неожиданные образовательные потребности конкретных потребителей [6, 265].

При системном подходе 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 факторам 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 [3, 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 [4, 35].

Выделяют два уровня факторов внешней среды, включающие семь групп, влияющих на конкурентоспособность высшего учебного заведения, что отражено в таблице 1 [1, 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 емкость 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 сочетаний, а также связей, создающих сложности для анализа управления ими. Для выявления этих взаимосвязей важно прежде всего определить взаимодействие между основными уровнями.

Обобщая взгляды ученых относительно факторов, влияющих на качество образования и определяющих качество образовательной услуги с точки зрения потребителей с учетом 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;
 - качество материально-технического обеспечения (учебные аудитории и лаборатории, оборудование);
 - качество информационно-методического обеспечения (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, в том числе:
 - 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.

Факторы внешней и внутренней среды вуза в значительной степени определяют его конкурентные преимущества, разделены по факторам конкурентоспособности вуза [7, 209]. К ним относятся:

- потенциал вуза (количество докторов наук и профессоров, количество кандидатов наук и доцентов, количество студентов, магистрантов и докторантов Ph.D.);
- материально-техническая база (количество компьютеров, библиотечная база, наличие столовых и общежитий);
- образовательные услуги (качество, уникальность, формы и методы обучения);

- цена (бюджетное обучение, договорное обучение, скидки, формы и сроки оплаты);
- каналы сбыта (обучение в вузе или филиалах, дистанционное и заочное обучение);
- продвижение образовательных услуг на рынке (реклама, индивидуальная реализация, участие в выставках, конференциях, паблисити и др.).

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 и культурной элите города, региона; уровень владения иностранными языками и информационными технологиями; перспективы карьерного роста выпускников

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) [8, 9].

Уровень конкурентоспособности вуза определяется собственными особенностями, а также воздействием разнообразных факторов внешней и внутренней среды. При этом наличия потенциальных внутренних факторов и комплекса факторов внешней среды недостаточно для обеспечения конкурентоспособности; оно 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 [5, 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.

Библиографический список

1. Голик, А. Система внешних факторов конкурентоспособности вуза / А. Голик // Высшее образование в России. – 2010. – № 7.
2. Жукова, Т. В. Экономическая устойчивость российских вузов / Т. В. Жукова // Университетское управление: практика и анализ. – 2008. – № 6.
3. Зонова, А. В. Методика оценки уровня образовательных услуг и реинжиниринг учебного процесса / А. В. Зонова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 4.

4. Князева, И. В. Комплексная оценка деятельности вуза: баланс необходимого и достаточного / И. В. Князева // Высшее образование сегодня. – 2009. – № 1.
5. Коджаспирова, Г. М. Стратегия и тактика управления конкурентоспособностью вузов: метод. Пособие / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. – Алматы, 2009.
6. Комаров, О. Е. Потребительский мониторинг как метод самооценки и управления качеством // Материалы региональной научно-практической конференции «III Капеновские педагогические чтения»: в 2 т. Т. 2. – Павлодар: ПГПИ, 2010.
7. Корчагова, Л. А. Оценка конкурентоспособности вуза / Л. А. Корчагова. – М.: Дело, 2007.
8. Кулагин, В. Основные тенденции модернизации управления в сфере высшего образования / В. Кулагин // Высшее образование в России. – 2012. – № 3.

Bibliography

1. Golik, A. (2010. № 7). The system of external factors of competitiveness of the university. Higher education in Russia.
2. Kodzhaspirova, G. M. (2009). Strategy and tactics of management of competitiveness of universities: the method. [Manual]. Almaty.
3. Komarov, O. E. (2010, vol. 2). Consumer monitoring as a method of self-assessment and quality control. Materials of regional scientific-practical conference «III Kapenov's pedagogical readings»: in 2 vol. Pavlodar: PSPI.
4. Korchagova, L. A. (2007). Evaluation of the competitiveness of the university. Moscow: Delo.
5. Knyazev, I. V. (2009. № 1). Comprehensive assessment of the university: the balance of the necessary and sufficient. Higher education today.
6. Kulagin, B. (2012. № 3). Main trends of modernization of management in higher education. Higher education in Russia.
7. Zhukova, T. V. (2008. № 6). Economic sustainability of Russian universities. University management: Practice and analysis.
8. Zonova, A. V. (2009. № 4). Methods of assessing the level of educational services and training process reinzhiring. Management in Russia and abroad.