
КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СИСТЕМЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Машкова Наталия Вячеславовна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства и инноваций Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина; nvm@fsm.ustu.ru

В статье рассмотрен комплексный подход к оценке конкурентных преимуществ системы дополнительного профессионального образования (ДПО). На основе данного подхода сделан вывод о возможности определить слабые и сильные конкурентные позиции субъекта ДПО и разработать стратегическую программу его деятельности в направлении трансформации источников конкурентных преимуществ в конкурентные преимущества и конкурентоспособность.

Ключевые слова: дополнительное профессиональное образование, образовательная услуга, конкурентоспособность, показатели конкурентоспособности, качество образования.

Образование является одним из наиболее крупных и быстро развивающихся секторов мировой экономики и мировой торговли услугами. Важнейшим элементом экономического и социального развития страны выступает ее интеллектуальный потенциал. В последнее время все больше внимания уделяется вопросам качества подготовки специалистов в связи с возрастающей конкуренцией и требованиями рынка. Усиление конкуренции требует высокой организации управления предприятиями и учреждениями. Удержаться на рынке можно только при наличии реальных преимуществ перед высокоорганизованными конкурентами.

Дополнительное профессиональное образование (ДПО) в России в период реформы начала 1990-х годов подверглось значительным изменениям, суть которых определяет становление рыночной модели образования, предполагающей создание рынка дополнительных образовательных услуг. Преобразования выразились в предоставлении высшим учебным заведениям хозяйственной автономии, появлении негосударственного сектора, формировании конкурентной среды на рынке образовательных услуг.

Все это порождает проблему поиска новых источников обеспечения

устойчивости конкурентоспособности субъектов ДПО. Под субъектом ДПО понимается образовательное учреждение, включающее совокупность научной, учебно-методической, организационно-технической, нормативно-правовой, инновационной, кадровой, информационной подсистем, которые обеспечивают эффективное функционирование и развитие образовательного процесса в рамках оказания дополнительных образовательных услуг. Четкая организация взаимодействия всех элементов системы ДПО обеспечивает ее целостность, конструктивность, достаточность, работоспособность и, в конечном счете, эффективность. Систему дополнительного профессионального образования следует рассматривать как часть более широкой системы, включающей рынок труда, экономическую политику, технологические изменения, общественную организацию труда и др. Каждая из этих подсистем имеет своего носителя: службы занятости, работодатели, профсоюзы, которые как социальные партнеры должны взаимодействовать между собой. Исполняя свои роли они создают баланс интересов в социальной и экономической сферах общества, обеспечивают открытость систем профессионального образования.

Для выживания в постоянно усложняющейся конкурентной среде субъектам ДПО необходимы высококвалифицированные специалисты, способные творчески мыслить и использовать свои знания для решения задач, направленных на повышение их конкурентоспособности. В условиях развитого рынка конкурентоспособность таких объектов определяется их готовностью к постоянному и непрерывному инновационному процессу, основанному на использовании существующих и генерации новых знаний, формированию и развитию учебных программ.

Успех организации, работающей на рынке образовательных услуг, во многом обусловлен ее способностью соответствовать требованиям, выдвигаемым потребителями услуги. В этих условиях особое внимание должно уделяться конкурентоспособности, как организации, так и предоставляемых ею услуг. Главная задача при исследовании конкурентоспособности заключается в выявлении существующих и потенциальных потребностей целевого сегмента рынка, способов и средств их удовлетворения.

Понятие «конкурентоспособность» имеет различные интерпретации в зависимости от объекта, к которому оно применяется. Конкурентоспособность – это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [1]. Однако в современной экономике все чаще термин «конкурентоспособность» используется для определения категорий разного уровня: конкурентоспособность товара, услуги, организации, отрасли национальной экономики и др.

Основным компонентом конкурентоспособности системы ДПО рассматривается конкурентоспособность образовательных услуг (ОУ), производи-

мых ею. Конкурентоспособность услуг – это величина относительная, и определенный показатель этой важной экономической категории может быть выявлен при исследовании конкурирующих услуг.

Исходя из этого, целесообразно рассматривать понятие «конкурентоспособность ОУ» на основе следующих подходов:

- конкурентоспособность ОУ – это мера ее привлекательности для потребителя;
- привлекательность ОУ определяется степенью удовлетворения совокупности разноплановых, иногда противоречивых требований;
- состав предъявляемых требований, их приоритетность зависят как от вида ОУ, так и типа ее потребителя и/или носителя спроса;
- конкурентоспособность ОУ как экономическая категория имеет релятивистскую природу, так как рассматривается относительно конкретного регионального рынка и конкретного аналога;
- имеет смысл говорить о конкурентоспособности лишь той ОУ, которая уже обладает какой-то долей рынка [2].

Вместе с тем приходится констатировать, что отечественная научная мысль достаточно сдержана в разработках по управлению конкурентоспособностью организаций сферы образовательных услуг. За рамками исследований остаются вопросы экономического содержания категории конкурентоспособности образовательных организаций, в том числе на региональных рынках, отсутствует целостное представление об особенностях обеспечения устойчивой конкурентоспособности дополнительного профессионального образования (ДПО) в условиях экономической нестабильности.

Анализ и оценка конкурентоспособности начинается с определения перечня показателей, подлежащих оценке. Номенклатура показателей должна полностью отражать полезный эффект предоставляемой образовательной услуги и соответствовать критериям, которыми в явной или неявной форме пользуется потребитель. Нами предложен следующий алгоритм оценки конкурентоспособности объекта ДПО, представленный на рис. 1.

В качестве исходной информации при выборе номенклатуры показателей при оценке конкурентоспособности услуги могут использоваться:

- действующие международные, региональные, национальные и фирменные стандарты, а также перспективные нормы и стандарты, введение которых запланировано или ожидается;
- результаты исследований конъюнктуры рынков, а также долгосрочных тенденций их развития;
- опросы потребителей, результаты оценок услуг, проводимых потребительскими союзами, университетами и т.п., и их рекомендации;
- отзывы о предоставляемых услугах со стороны потребителей;

– сведения о направлениях деятельности организаций-конкурентов.

Далее необходимо классифицировать и количественно определить показатели. Это достаточно просто сделать для материальных показателей, каждый из которых имеет определенное значение (мощность, размер, точность, производительность и пр.).

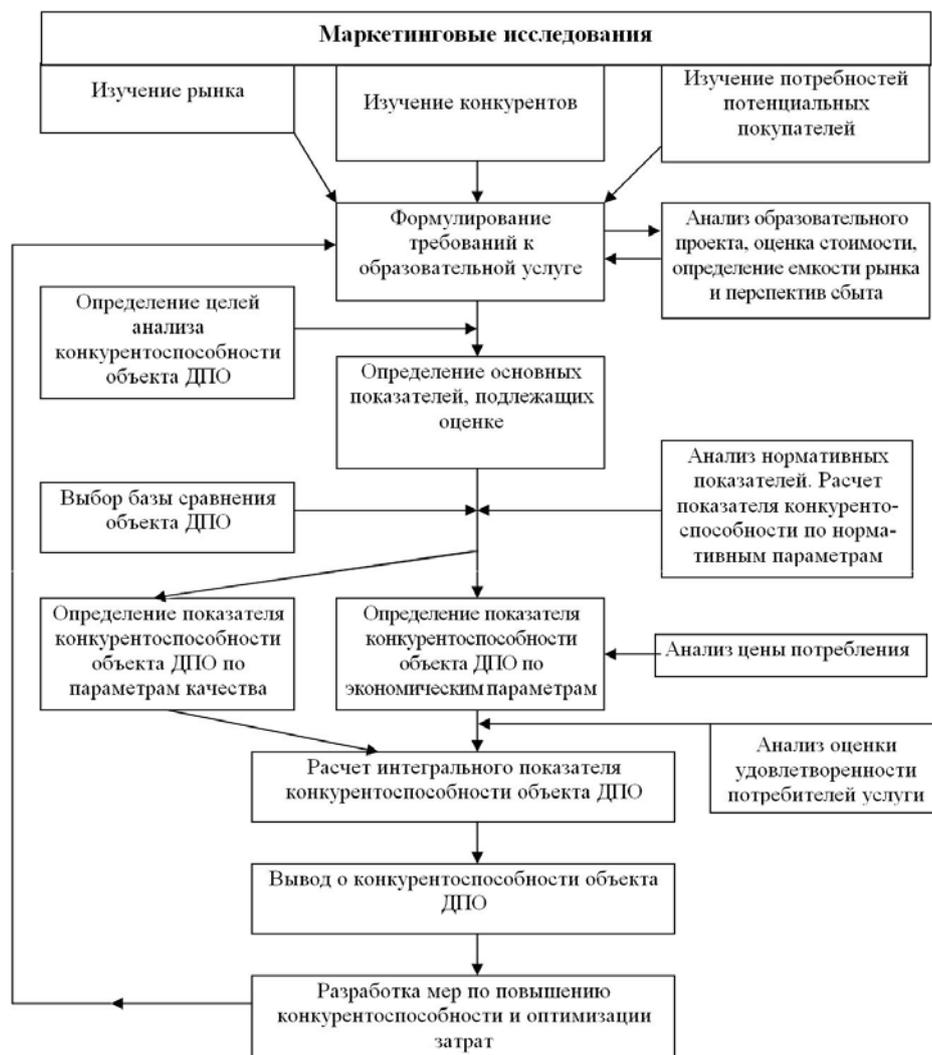


Рис. 1. Алгоритм оценки конкурентоспособности объекта ДПО

Нематериальные показатели не имеют, как правило, естественной физической меры и трудно поддаются абсолютной количественной оценке. По отношению к таким показателям используется относительная оценка, построенная на субъективном восприятии человека.

Главными источниками информации о значении показателей могут служить:

- публикации международных, региональных и национальных организаций по стандартизации;
- публикации экономических, научно-технических и других межпра-

вительственных, неправительственных международных, региональных, национальных организаций;

- периодическая и специальная литература;
- данные, публикации и отчеты органов Госстандарта;
- прогнозные оценки изменения потребностей рынка;
- сообщения о новых видах образовательных программ, разрабатываемых конкурирующими организациями.

Разные свойства услуги имеют неодинаковую значимость для потребителя. Поэтому для каждого показателя необходимо определить коэффициент значимости, отвечающий представлению покупателя. Коэффициенты значимости определяются с помощью опроса потребителей или экспертным путем.

Собственно анализ и оценка конкурентоспособности начинается с определения принципиальной возможности реализации услуги на конкурентном рынке. Прежде всего, устанавливается соответствие показателей обязательным требованиям стандартов и норм. В случае несоответствия показателя установленным нормам услуга считается неконкурентоспособной, поскольку не обладает потребительской ценностью.

Следующий этап – выбор образца для сравнения. Услуга-образец моделирует потребность и позволяет сравнивать его показатели с показателями исследуемого изделия. В качестве базы для сравнения может служить лучшая из существующих на целевом рынке услуга, или некоторый абстрактный эталон.

Дальнейшая процедура анализа конкурентоспособности определяется конкретной методикой, выбор которой зависит от вида товара (услуги), цели анализа, наличия необходимой информации, потребной точности и пр.

В практической деятельности используются различные методы оценки конкурентоспособности. Это, прежде всего,

- дифференциальный метод, основанный на использовании единичных показателей рассматриваемого изделия и образца и их сопоставлении;
- комплексный метод оценки конкурентоспособности, основанный на сопоставлении удельных полезных эффектов анализируемого товара и образца по групповым и интегральным параметрам;
- смешанный метод, предусматривающий совместное применение единичных и комплексных показателей. Часть единичных показателей объединяются в однородные группы и для них вычисляется комплексный параметр. Отдельные, наиболее значимые единичные показатели используются индивидуально. Оценка конкурентоспособности проводится дифференциальным методом по совокупности сформированных показателей и параметров.

В результате анализа конкурентоспособности любым из методов формируется один из вариантов заключения:

- товар (образовательная услуга) конкурентоспособен на целевом рынке

в сравниваемом классе изделий;

- товар (образовательная услуга) обладает низкой конкурентоспособностью в сравниваемом классе изделий на целевом рынке;

- товар (образовательная услуга) полностью неконкурентоспособен в сравниваемом классе изделий на целевом рынке.

Заключение сопровождается выводами о преимуществах и недостатках анализируемого товара (услуги) по сравнению с аналогами, а также рекомендациями о мерах по улучшению рыночных позиций товара (услуги).

Эффективная деятельность по всем представленным направлениям, дополненная ценовыми методами и повышением качества продукта, дает возможность успешно конкурировать даже в сложных условиях рынка услуг и адекватно реагировать на изменение рыночной конъюнктуры.

В целом, работа по оценке конкурентоспособности услуг объекта ДПО включает следующие этапы:

- постановка задачи;
- анализ и прогноз спроса, цен, издержек, требований потребителя рынка;
- выбор технических и экономических показателей для оценки уровня конкурентоспособности объекта;
- выбор базы (аналогов) для сопоставления с реальным объектом;
- оценка уровня конкурентоспособности объекта ДПО по информационным, экономическим и финансовым показателям;
- интегральная оценка конкурентоспособности объекта ДПО и разработка рекомендаций [3].

Для комплексной оценки конкурентоспособности системы ДПО, нами были выбраны показатели оценки конкурентоспособности системы ДПО, отличительной особенностью которых является многомерный подход формирования индикаторов (рис. 2).

Для расчета показателей применяются пять групп индикаторов: финансовые, маркетинговые, качественные, социальные и функциональные. С помощью данных индикаторов оценивается уровень конкурентоспособности исследуемого субъекта ДПО на основе ее результативности. Сравнение результативности различных субъектов ДПО позволит определить конкурентоспособность образовательного учреждения относительно аналогов, функционирующих на рынке образовательных услуг.

Для обеспечения репрезентативности оценки конкурентоспособности предпринимательской структуры критерии и показатели, входящие в показатель конкурентоспособности, имеют равные веса. Основанием для равенства является тот факт, что на деятельность по оказанию образовательных услуг оказывают влияние как внутренние факторы: организационно-экономические, материально-технические, социально-психологические, так и внешние факторы, значимость которых количественно невозможно оценить объективно.

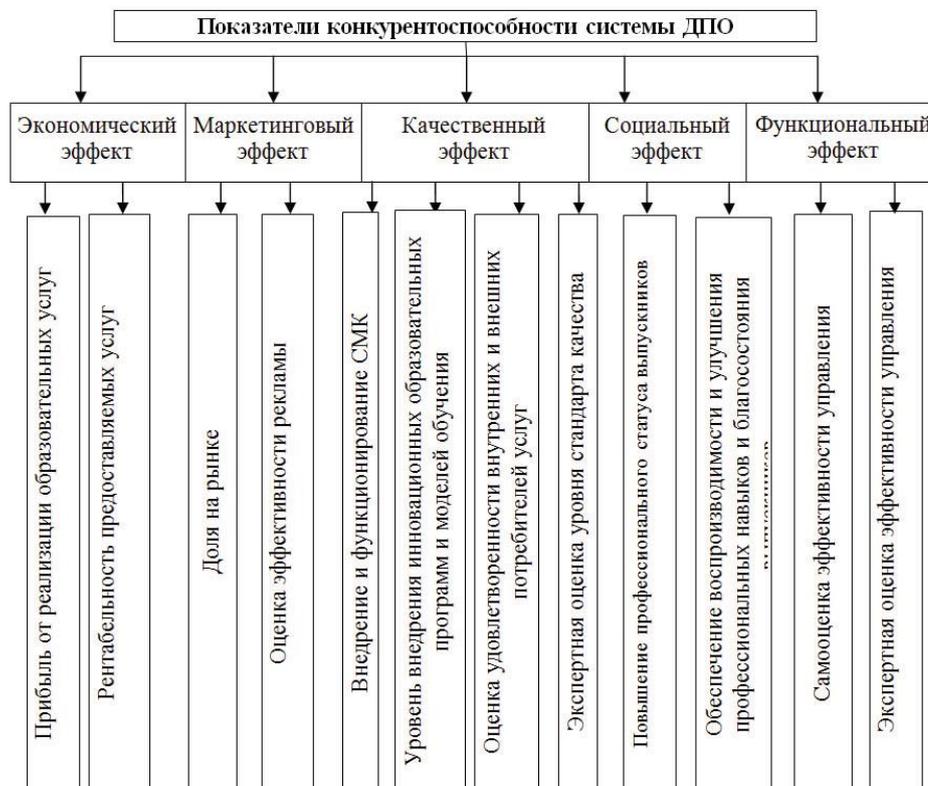


Рис. 2. Функциональная модель комплексной оценки конкурентоспособности системы ДПО

В качестве экономических показателей, по которым производится сравнение результативности, учитывая комплексный характер оценки деятельности предпринимательской структуры, выбран следующий набор показателей: прибыль от реализации образовательных услуг, рентабельность предоставляемых услуг.

Прибыль от реализации образовательных услуг – это разность между выручкой от реализации образовательных услуг и суммарными затратами с учетом коэффициента корреляции. Высокое значение этого показателя говорит об успехе образовательной структуры, что ведет к возможности расширения масштабов деятельности.

$$Pr = S - (V - F) \cdot K_k, \quad (1)$$

где Pr – прибыль от реализации образовательных услуг; S – выручка от реализации; V – переменные затраты; F – постоянные затраты; K_k – коэффициент корреляции, учитывающий индекс роста цен на образовательные услуги.

Рентабельность предоставляемых услуг. Рентабельность услуг показывает, какая часть оборота приходится на прибыль:

$$PY = \frac{Pr}{B} \cdot 100\% , \quad (2)$$

где PY – рентабельность услуг; Pr – прибыль от реализации услуг; B – выручка.

Повысить рентабельность можно за счет снижения доли расходов. Представление о структуре расходов можно получить из отчета о прибыли и убытках образовательной структуры.

В качестве маркетинговых показателей, для оценки результативности деятельности образовательной структуры, определен следующий набор показателей: доля услуг на рынке; эффективность рекламы.

Доля рынка, как статистический показатель конкурентоспособности образовательной структуры, обеспечивает возможность реализации образовательных программ и получения прибыли в текущей и будущей деятельности. Снижение доли рынка лишает образовательную структуру необходимых поступлений из оборота и заставляет привлекать дополнительные заемные средства для финансирования издержек. Доля объекта ДПО на рынке определяется по формуле:

$$d_p = \frac{Q_i}{Q} , \quad (3)$$

где Q – совокупность всех объектов ДПО в рамках рассматриваемой территории (по показателям, оценивающим конкурентоспособность); Q_i – доля единичного объекта ДПО (по тем же показателям).

Эффективность рекламы образовательных программ представляет собой отношение затрат на рекламу к изменению объема продаж образовательных услуг в стоимостном выражении:

$$E = \frac{ЗР}{ДП} , \quad (4)$$

где E – коэффициент эффективности рекламы; ЗР – затраты на рекламу; ДП – изменение объема продаж образовательных услуг.

Оценка уровня качественного эффекта определяется методом экспертных оценок, позволяющей добиваться желаемого уровня качества услуги, и принимает следующие значения: высшая оценка – 10; низшая оценка – 1.

Оценка социального и функционального эффекта также определяется методом экспертных оценок и принимает значение: высшая оценка – 10, низшая оценка – 1.

Общий показатель конкурентоспособности объекта ДПО будет иметь вид:

$$PKC_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{x_i - y_{ij}}{x_i} \right)^2} , \quad (5)$$

где $i=1, \dots, n$ – номер показателя; x_i - наибольшее значение i -го показателя

среди анализируемых объектов ДПО; y_{ij} – значение i -го показателя j -ого объекта ДПО. Первое место занимает тот объект ДПО, который имеет наиболее высокое значение всех показателей. Определение уровня конкурентоспособности производится в соответствии с рассчитанными значениями интегрального показателя, начиная с наибольшего.

Для обеспечения репрезентативности оценки конкурентоспособности образовательной структуры критерии и показатели, входящие в показатель конкурентоспособности, имеют равные веса. Основанием для равенства является тот факт, что на производственно-хозяйственную деятельность оказывают влияние как внутренние факторы: организационно-экономические, технико-технологические, социально-психологические, так и внешние факторы, значимость которых количественно невозможно оценить объективно. Максимальное значение показателя конкурентоспособности исходя из равенства весов составляет $\sqrt{12}$, и равен 3,464.

Данный метод расчета показателя конкурентоспособности предпринимательской структуры имеет следующие преимущества:

- показатель может использоваться в качестве инструментария разработки альтернатив и выбора конкурентной стратегии;
- возможность использования показателя в практической деятельности образовательных структур в современных отечественных условиях;
- показатель является информативным и в то же время не сложным в расчете, охватывая основные аспекты деятельности образовательной структуры;
- показатель дает возможность руководству комплексно подойти к стратегическому планированию конкурентоспособности образовательной структуры.

Согласно поставленным задачам исследования нами была проведена апробация предложенного метода расчета показателя конкурентоспособности ряда субъектов ДПО Уральского региона, результаты которого представлены в табл. 1.

Таблица 1

Показатели конкурентоспособности по исследуемым объектам

№	Наименование показателя	A	B	C	D	F
1	2	3	4	5	6	7
1	Прибыль от реализации образовательных услуг, т.р.	1,02	0,63	0,95	1,67	1,43
2	Рентабельность предоставляемых услуг (%)	10,2	11,2	12,4	11,3	9,2
3	Доля на рынке	0,24	0,22	0,18	0,23	0,16
4	Оценка эффективности рекламы	0,12	0,16	0,19	0,08	0,20
5	Уровень внедрения и эффективность функционирования СМК	5	6	7	7	6

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
6	Уровень внедрения инновационных программ и моделей обучения	4,7	3,2	2,5	4,1	3,6
7	Оценка удовлетворенности внешних и внутренних потребителей	5	6	6	7	7
8	Экспертная оценка уровня стандарта качества	6	7	6	8	7
9	Повышение профессионального статуса выпускников	5	4	6	6	5
10	Обеспечение воспроизводимости и улучшения профессиональных навыков и благосостояния выпускников	5	5	6	6	5
11	Самооценка эффективности управления	6	7	7	8	7
12	Экспертная оценка эффективности управления	4	7	6	7	7

В табл. 1 использованы следующие обозначения:

A – Учебно-методический центр УГТУ-УПИ;

B – Институт дополнительного профессионального образования Уральского государственного горного университета;

C – Высшая школа бизнеса и экономики Гуманитарного факультета Пермского государственного технического университета;

D – Центр профессиональной переподготовки Бизнес-школы Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н.Ельцина;

F – Институт дополнительного образования Тюменского государственного нефтегазового университета.

Значения детерминантов, полученных в результате расчета, показаны в табл. 2.

Таблица 2

№	A	B	C	D	F
1	0,610	0,377	0,568	1,000	0,856
2	0,823	0,903	1,000	0,911	0,741
3	1,000	0,917	0,750	0,958	0,666
4	0,600	0,800	0,950	0,400	1,000
5	0,714	0,857	1,000	1,000	0,857
6	1,000	0,680	0,532	0,872	0,766
7	0,714	0,857	0,857	1,000	1,000
8	0,750	0,875	0,750	1,000	0,875
9	0,833	0,666	1,000	1,000	0,833
10	0,833	0,833	1,000	1,000	0,833

Окончание табл. 2

№	A	B	C	D	F
11	0,750	0,875	0,875	1,000	0,875
12	0,571	1,000	0,875	1,000	1,000
ПКС	3,030	3,104	3,187	3,338	3,209

Проведенный анализ показал, что наибольшей конкурентоспособностью обладает объект D, причем наибольший вклад в устойчивость его конкурентоспособности принесли высокие экспертные оценки качественного, социального и функционального эффекта.

Полученные значения показателей дают возможность руководству образовательного учреждения, с учетом принятой стратегии его развития, определить слабые и сильные конкурентные позиции и разработать стратегическую программу деятельности в направлении трансформации источников конкурентных преимуществ в конкурентные преимущества и конкурентоспособность.

Список источников

1. Философова, Т.Г. Конкуренция и конкурентоспособность [текст] : Учеб. пособие / Т.Г. Философова, В.А. Быков – 2007. – С. 8.
2. Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг [текст] / Е. В. Песоцкая. – СПб.: Питер, 2004. – С. 99.
3. Машкова, Н.В. Обеспечение конкурентоспособности объектов дополнительного профессионального образования на примере УГТУ-УПИ [текст] / Н.В. Машкова, Т.В. Матвеева // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 6 (99). – С. 56 – 59.

COMPLEX APPROACH TO ESTIMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE SYSTEM OF SUPPLEMENTARY PROFESSIONAL EDUCATION

Mashkova Nataliya Vyacheslavovna,

Ph. D. of Economy, Associate Professor of the Chair of Business and Innovations of the Ural Federal University named after the first Russian president B.N.Yeltsin; nvm@fsm.ustu.ru

In article the complex approach to an assessment of competitive advantages of system of supplementary professional education is considered. On the basis of the given approach it is drawn a conclusion on a possibility to define weak and strong competitive positions of the subject of additional vocational training and to develop the strategic program of its activity in a direction of transformation of sources of competitive advantages in competitive advantages and competitiveness.

Keywords: supplementary professional education, educational service, competitiveness, parameters of competitiveness, quality of education.