

## 11.6. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВУЗОВ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Надеин Н.В., аспирант кафедры экономики

*Самарский государственный университет*

В статье проведен анализ развития теории конкуренции и конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг. Раскрыто, что рынок образовательных услуг имеет характерные отличия от других секторов и сегментов рынка, которые проявляются в особенностях его контента, технологий и условий реализации образовательных услуг, уровня предоставления данных услуг, профессиональных компетенций сотрудников учреждений образования, а также составе всех заинтересованных сторон рынка образовательных услуг. Теория конкуренции, разработанная классиками политической экономии, явилась одной из самых первых фундаментальных научных разработок, посвященных понятиям и основным положениям конкуренции в развитии общества.

Высшее образование в Российской Федерации на современном этапе развития общества подвергается существенным изменениям. Суть рыночной трансформации всей системы высшего образования заключается в адаптации к мировой системе образования путем перехода на новые подходы, методы и стандарты образования через развитие хозяйственной самостоятельности, разнонаправленного финансирования вузов, становления и развития негосударственного сектора высшего профессионального образования, формирования конкурентной среды на глобальном рынке образовательных услуг [1]. В этих условиях изменяется статус вуза – он становится субъектом двух рынков: рынка образовательных услуг и рынка труда, т.е. он выступает как хозяйствующий субъект рынка и подчиняется тем же экономическим и правовым нормам, что и другие субъекты.

Рынок образовательных услуг имеет собственные характерные (отраслевые) отличия от других секторов и сегментов рынка, которые проявляются в особенностях его содержания (контента), технологий и условий реализации образовательных услуг, уровня предоставления данных услуг, профессиональных компетенций и подготовленности сотрудников учреждений образования, а также составе всех заинтересованных сторон рынка образовательных услуг. От того, что по содержанию и предоставлению образовательная услуга является средством обучения и воспитания, она не перестает являться объектом рыночной востребованности всех экономических субъектов и, следовательно, предметом конкуренции данных субъектов [2].

При этом важно заметить, что все существующие трактовки понятия «образовательная услуга» не полностью отражают представления об ее сущности и структуре в условиях современного развития экономики. С точки зрения экономической теории образовательные услуги определяются как общественное благо [3]. А учитывая то, что на конкурентных рынках товаров и услуг присутствуют блага разных форм предоставления и собственности, то услуги системы образования более целесообразно отнести к смешанным. Но при этом предоставляемую услугу сферы образования также можно считать частным благом, так как с помо-

щью данного блага отдельному индивидууму предоставляется уникальная возможность собственной самореализации и достижения определенного профессионального успеха в конкретной области деятельности. Таким образом, образовательная услуга – это такое благо, которое предоставляет уникальную возможность получения индивидуумом определенных знаний через изучение определенных направлений науки и обладающее определенными свойствами [3]:

- невозможностью реализации услуги до момента ее приобретения;
- неотделимостью услуг от субъектов их предоставления;
- изменением (старением) качества образовательной услуги;
- неосязаемостью и невозможностью хранения образовательной услуги;
- длительностью времени реализации образовательной услуги;
- непосредственным участием потребителей услуг в процессе предоставления;
- периодичностью предоставления образовательных услуг и др.

Образовательные услуги имеют и положительные внешние экстерналии: получает выгоду от них не только потребитель, но также общество в целом, что выражается в формировании системой образования человеческого капитала, ценность и важность которого определяется количеством приобретенных знаний, а также способностью их применения для получения определенных экономических результатов [5]. В экономических источниках встречается довольно много определений понятия и сущности образовательной услуги, но данные трактовки, как и трактовки конкурентоспособности, являются весьма разносторонними и не всегда в полной мере раскрывают данное понятие. Исследовав понятийный аппарат, автор предлагает собственное определение, которое учитывает все составляющие части данной экономической категории: «услуга сферы образования – это социально-экономическая категория, представляющая собой деятельность, в процессе которой одно лицо (поставщик услуги) передает другому лицу (потребителю услуги) комплексный набор знаний, компетенций и информации, направленный на развитие и совершенствование личности, духовного и интеллектуального роста, освоения профессиональных навыков и умений, обращение к историческому и научному человечеству, воплощенному в общественных ценностях».

В работе автором уточнено понятие «конкурентоспособность образовательных услуг»: это комплексная характеристика предоставляемой образовательной услуги, которая отражает ее конкурентные свойства и преимущества на рынке, определяемую на основе оценки показателей конкурентоспособности. Понятие конкурентных преимуществ организации предложили К. Прахалад и Г. Хэмел. Они выяснили, что крупные организации, побеждают другие организации, которые отстают от них по своим финансовым возможностям, но обладают незначительными традиционными преимуществами в качестве или эффективности предоставления услуг. Ранее устойчиво функционирующие сферы деятельности стремительно изменяются, сливаются и видоизменяются по мере появления новых образовательных продуктов, а пер-

спективность организации определяется приоритетом не на современных, а на будущих рынках услуг. К. Прахалад и Г. Хэмел назвали это интеллектуальным лидерством в сфере предоставления услуг. Данные рынки еще не существуют, но их необходимо формировать уже сейчас. Основным условием интеллектуального лидерства в сфере услуг К. Прахалад и Г. Хэмел назвали оптимальное использование «основных базовых функциональностей продукции и услуг» и «ключевых компетенций». Первое выражение означает наличие потенциальных возможности для развития и нового применения продукции и услуг, а второе – наличие и формирование знаний и умений у персонала, которые шире, чем должностные обязанности.

Здесь речь идет о рациональных основах применения и выражения субъектами рынка образовательных услуг своих интересов и результата деятельности. Состав субъектов рынка образовательных услуг весьма разнообразен. На данном рынке присутствуют производители, прямые и косвенные потребители образовательных услуг, продавцы услуг, модераторы, провайдеры, координаторы. Кроме этого, на рынке действуют непосредственные потребители образовательных услуг, плательщики, производящие оплату за образовательные услуги, непосредственно работодатели, косвенные получатели результатов образовательных услуг, работники сферы образовательных услуг, компании по созданию элементов образовательных услуг: государство, IT-компании, издательства, производители контента и технологий. Иногда рынок образовательных услуг и рынок труда разделяют. Но в работе автор для удобства изложения материала данные рынки объединил.

Каждый из вышепредставленных участников рынка образовательных услуг имеет свой интерес к сфере образования, что не только делает этих субъектов заинтересованными участниками рынка, но и подчиняет их действия единой рациональной логике рыночного поведения. Например, государство выступает как разработчик и проводник политики в сфере образовательных услуг.

С. Назаркин определяет взаимосвязь конкурентоспособности предоставляемых услуг и вузов, используя понятие «конкурентные возможности предприятия» как отражающие эффективность конкурентной устойчивости. Конкурентоспособность вуза – это агрегированное, общее понятие, которое основывается на конкурентоспособности образовательных услуг и конкурентных возможностях вуза. В понятии конкурентоспособности вуза выделяют несколько составляющих.

Конкурентоспособность вуза определяется как «его имеющиеся и потенциальные возможности (способности) по предоставлению определенного уровня образовательных услуг, которые удовлетворяют потребностям общества по необходимой подготовке высококвалифицированных специалистов (выпускников вузов), а также определенные потребности в разработке, формировании и реализации научно-методической и научно-технической продукции и НИОКР. По мнению И.Б. Романовой, конкурентоспособность учреждения образования – это свойство, которое определяет долю релевантного

рынка образовательных услуг, принадлежащих данному вузу, и его способности и возможности прелатствовать перераспределению рынка услуг в пользу других субъектов образования. Р.А. Фатхудинов отмечает, что конкурентоспособность вуза – это его определенная способность [9]:

- подготовки специалистов, которые выдерживают конкурентную борьбу на определенном и конкретном рынке труда;
- способность разрабатывать и осуществлять конкурентоспособные преимущества в своей области;
- проводить высокоэффективную образовательную политику, стратегию и тактику во всех имеющихся сферах своей деятельности».

По мнению автора, данное определение необходимо дополнить: Конкурентоспособность образовательного учреждения – это агрегированное понятие, которое основывается на конкурентоспособности образовательных услуг и конкурентных возможностях вуза на основе использования факторов влияния: адаптации, инноваций, модернизации, государственного управления и регулирования, инвестиций в сферу образования. Здесь необходимо отметить, что на конкурентные возможности вуза оказывают влияние четыре группы факторов: рыночного, финансового, технологического и общественно-социального характера, что, по мнению автора, является далеко не полным перечнем факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность вуза.

Иногда в литературе в попытках избежать чрезмерного диапазона использования рыночных и экономических определений и терминов, субъекты рынка образовательных услуг определяются не как заинтересованные стороны, а как социальные партнеры. Но в этом случае рынок образовательных услуг не превращается в нерыночную категорию, а его субъекты не перестают рационально выполнять свои социальные и экономические обязанности в сфере образования. Коллектив авторов под руководством В. Родионовой вносит довольно значимое дополнение в рассмотрение этого вопроса, рассматривая конкурентоспособность вузов еще и как способность к их развитию.

Экономист А. Жаров рассматривает конкурентоспособность вузов с позиции эффективности функционирования и прибыльности [8], с чем, несомненно, также нельзя не согласиться. Направленность данного диссертационного исследования предполагает рассмотрение понятия «конкурентоспособность вузов» через систему инновационности.

Формирование конкурентоспособности образовательного учреждения – это обеспечение, установление и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности его услуг на всех этапах их создания и продвижения до конечного потребителя. Все субъекты рынка образовательных услуг заинтересованы в повышении как своей конкурентоспособности, так и конкурентоспособности своих партнеров на данном рынке: работодатели ждут конкурентоспособных выпускников и активно сближаются с конкурентоспособными вузами, российское Министерство образования и науки РФ, реализуя федеральный проект «Образование», делает ставку именно на конкурентоспособные вузы и на качественно подготовленных выпускников, абитуриенты выбирают рейтинговые вузы, конкурен-

тоспособность которых признается общественностью, академическими кругами и бизнес-сообществом, и т. п. Налицо все необходимые предпосылки для сотрудничества заинтересованных сторон на рынке образовательных услуг в таких важных направлениях модернизации современного российского образования, как формирование и реализация нового поколения государственных образовательных стандартов в сфере образования и формулирование новых профессиональных компетенций выпускников сферы образовательных услуг [9].

Но вместе с тем, реальность современных конкурентных отношений на российском рынке образовательных услуг не оставляет сомнений в том, что данное сотрудничество субъектов рынка образовательных услуг не исключает их соперничества, а, наоборот, предполагает его наличие [8]. Именно интерес к соперничеству с конкурентоспособным партнером основывается на признании данного партнера способным к конкурентным действиям. Таким образом, согласно авторскому определению, конкурентоспособность образовательного учреждения состоит в его способности к инновационному развитию на основе современных требований рынка труда во всех сферах деятельности – управленческой, образовательной, финансовой, кадровой и пр., в способности к быстрой адаптации к внешним и внутренним изменениям с обеспечением эффективности проводимых мероприятий согласно требованиям новых условий рынка образовательных услуг, что необходимо для успешного функционирования вуза и обеспечения потенциала для его будущего устойчивого развития.

Отличие данного авторского определения от других, уже известных, состоит в том, что способность вуза к инновационному развитию и адаптивность являются основными условиями его конкурентоспособности поскольку:

- инновационная политика способствует появлению устойчивых конкурентных преимуществ вуза;
- образовательное учреждение должно не только быстро реагировать на конъюнктурные изменения в потребительских предпочтениях на рынке труда, поведении конкурентов и т.д., но также и предвидеть, прогнозировать и проектировать такие трансформации;
- высокий инновационный потенциал вуза является главным условием обеспечения его конкурентоспособности в будущих периодах;
- критерием оценки реакции вуза на изменения внешних и внутренних факторов влияния является сохранение или совершенствование эффективности его деятельности.

Далее необходимо отметить, что одной из важных черт конкурентоспособности вуза является ее относительность [6]. Конкурентоспособность вуза можно определить только в сравнении с другими вузами. Причем один и тот же вуз может быть конкурентоспособным на определенном местном рынке и неконкурентоспособным на рынке государства в целом или, тем более, глобальном рынке образовательных услуг.

Сложность и многоаспектность понятия конкурентоспособности образовательного учреждения определяет разнообразие существующих научных подходов к управлению конкурентоспособностью [7]. Автор полагает, что при развитии инструментов повышения конкурентоспособности учреждений сферы образования

нецелесообразно использовать какой-либо один рассмотренный подход. В зависимости от воздействия какого-либо фактора конкурентоспособности необходимо скоординировать и выбирать те подходы, которые наиболее точно определяют политику конкурентоспособности или используется сочетание подходов.

## Литература

1. Еленева Ю.Я. Обеспечение конкурентоспособности предприятия в условиях реализации стоимостного подхода к управлению [Текст] / Ю.Я. Еленева // Маркетинг. – 2002. – №3. – С. 2-9.
2. Иванова Е.В. Оценка конкурентоспособности предприятия [Текст] : учеб. пособие / Е.В. Иванова. – М. : Феникс, 2008.
3. Маршалл А. Принципы политической экономики [Текст] / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1983.
4. Романова И.Б. Научно-педагогические кадры высшей школы России. Современное состояние и концепции развития. [Текст] : монография / И.Б. Романова. – М. : ИПР ВПО МАДИ (ГТУ), 2004. – 239 с.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит ; пер. с англ. – М. : Соцэкгиз, 1962.
6. Тюкавкин Н.М. Россия в ВТО: итоги года работы // Аудит и финансовый анализ. – 2013. – №6. – С. 411-414.
7. Тюкавкин Н.М. Стратегические направления развития рынка в России [Текст] / Н.М. Тюкавкин // Проблемы современной экономики. – 2008. – №1. - С. 78.
8. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность [Текст] / Т.Г. Философова. – М. : Юнити-Дана, 2008. – С. 124.
9. Фатхутдинов Р.А. Глобальная конкурентоспособность [Текст] : монография / Р. Фатхутдинов. – М. : «Стандарты и качество», 2009. – 464 с.

## Ключевые слова

Теория; исследование; рынок образовательных услуг; конкуренция; конкурентоспособность; рынок; организации; факторы; механизм; монополия; монополия; олигополия; стратегии; конкурентные силы.

*Надеин Никита Вячеславович*

## РЕЦЕНЗИЯ

В статье «Конкурентоспособность вузов на рынке образовательных услуг» проведен анализ развития теории конкуренции и конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг рассмотрены вопросы формирования и реализации политики конкурентоспособности вузов, раскрыты основные факторы, вопросы создания и развития конкурентоспособных направлений развития вузов на современном этапе, принципы и методы их организации и построения. Исследованы основные проблемы в данной области. Приведены дальнейшие направления совершенствования. Вызывает интерес подход автора к определению конкурентоспособности образовательных услуг, на основанный на исследованиях научных трудов и теорий.

С научной точки зрения статья представляет интерес тем, что в ней систематизированы принципы конкурентоспособности системы образования по организационному признаку, по экономическому содержанию и целевому предназначению. Показано, что конкурентоспособность образовательного учреждения состоит в его способности к инновационному развитию на основе современных требований рынка труда во всех сферах деятельности – управленческой, образовательной, финансовой, кадровой и пр., в способности к быстрой адаптации к внешние и внутренние изменения с обеспечением эффективности проводимых мероприятий согласно требованиям новых условий рынка образовательных услуг.

С практической точки зрения статья представляет значимость тем, что ее основные положения могут использоваться в конкретных образовательных учреждениях.

*Тюкавкин Н.М., д.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономики Самарского государственного университета.*

