

УДК 338:37( 37.014.5)

*Г. А. Золотарева, И. В. Подпригора*

## ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Рассматриваются вопросы конкурентоспособности организации в сфере образовательных услуг, факторы и основополагающие критерии, влияющие на нее. Выделяются основные подходы и проблемы в системе оценки конкурентоспособности организации.

**Ключевые слова:** образование, конкурентоспособность образовательного учреждения, оценка качества услуг, дополнительное образование.

В современных рыночных условиях, когда постоянно возрастают ожидания и требования потребителей, конкурентоспособность фирмы является одним из основных критериев ее успешного развития. Необходимость оценки и поддержания конкурентоспособности организации, в том числе в сфере образовательных услуг, диктуется внешними условиями ведения хозяйственной деятельности, которые требуют от экономических субъектов проведения анализа протекающих на рынке процессов с целью обеспечения качественного удовлетворения потребительского спроса. Для обеспечения конкуренции все большее внимание необходимо уделять не только эффективному использованию ресурсов, а также стратегии развития компании, обновлению ее основных бизнес-процессов.

Услуги, предоставляемые сферой образования, становятся одним из определяющих факторов роста экономики. Актуальность оценки конкурентоспособности данных услуг обусловлена рядом обстоятельств:

- 1) интенсивностью развития деятельности негосударственных образовательных учреждений;
- 2) оценка отражает соответствие образовательных услуг требованиям потребителей данного сегмента рынка;
- 3) на основании этого анализа можно прогнозировать предполагаемый объем продаж и долю рынка уже на стадии планирования образовательных услуг;
- 4) анализ чувствительности свойств образовательных услуг к факторам, влияющим на изменение конкурентоспособности, значительно влияет на управление их эффективностью;
- 5) оценка результатов анализа конкурентоспособности используется при ценообразовании услуг.

В настоящее время в литературе нет единого подхода к определению понятия конкурентоспособности. Осложняет изучение сущности конкурентоспособности тот факт, что по своей сути это понятие относительное, поскольку зависит от состояния конкретного рынка, временного периода и от уровня развития экономики страны.

Согласно Закону РФ «О защите конкуренции» [1], «конкуренция – это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке».

Несмотря на широкое обсуждение в литературе этой темы, основное внимание исследователей привлекают проблемы конкурентоспособности товара и национальной экономики, при этом недостаточно разработанной остается проблема конкурентоспособности организаций, особенно на рынке услуг и образовательных услуг в частности. Безусловно, уровень конкурентоспособности товара на рынке и его основных составляющих качества, цены и затрат является определяющим, однако не менее значимым является потенциал организации, его возможности предложить воплощенные в товаре необходимые потребительские качества [2, с. 3].

В исследовательской литературе нет также единства мнений в подходах к оценке конкурентоспособности. Часто при рассмотрении методов ее оценки конкурентоспособность организации приравнивают к конкурентоспособности продукции, которую производит данная организация. При этом не учитывается, что продукция хоть и важная, но не единственная составляющая, определяющая конкурентоспособность организации. Проблематичным является и практическое использование существующих методик, которые могут давать неоднозначные результаты, в силу присущих им субъективных особенностей, особенно в сфере услуг и, в частности, в сфере образования.

Под конкурентоспособностью услуги можно понимать набор таких параметров, как способность отвечать потребностям ее потребителей, ее качество, цена. Но сложность в оценке этих характеристик образовательной услуги состоит в ее особенности. В отличие от многих других услуг ее характеризуют длительность процесса ее использования, оценка полученной услуги (знаний) после определенного периода времени.

Конкурентоспособность услуги определяет во многом конкурентоспособность и самой организации, ее финансово-экономическое состояние и репутацию. Но это возможно только в том случае, если в структуре реализованных услуг на долю конкурентоспособных приходится наибольшая выручка и значительная часть прибыли.

Различают конкуренцию на рынке услуг базового и дополнительного образования. Методы конкуренции могут быть: ценовая (возможность организации контролировать цены) и неценовая (качество услуги, ее новизна, что на рынке образовательных услуг бывает в меньшей степени). Применительно к сфере образования можно отметить две основные формы конкуренции: предметная (конкуренция между разными учебными программами) и функциональная (конкуренция между учебными заведениями и специалистами разных направлений). Все эти виды и формы конкуренции находятся в тесной взаимосвязи.

На конкурентоспособность учреждения, действующего на рынке услуг дополнительного образования, влияют внешние и внутренние факторы. К внешним факторам конкурентоспособности относят: социально-демографические, научно-технические, экономические, маркетинговые, политико-правовые факторы. На эти факторы организация повлиять не может. Что касается критериев внутреннего формирования, то в качестве основополагающих можно выделить следующие оценочные категории:

#### 1. Качество образовательных услуг:

- состав программ и форм обучения; уровень многообразия и вариантности форм и видов обучения (соотношение количества наименований и реализуемых в их рамках образовательных программ);
- уровень преподавательского состава (опыт работы, наличие сертификатов международного образца, стажировок);
- уровень информационно-методического обеспечения;
- уровень материально-технической базы;
- творческий и новаторский характер образования, практическая направленность обучения.

#### 2. Качество организационного обеспечения процесса предоставления образовательных услуг:

- организационная структура управления, система управления финансами;
- получение права выдачи документов об окончании курса образовательного учреждения с учетом многоуровневой системы обучения, наличие лицензии на ведение образовательной деятельности, свидетельств об аттестации;
- наличие гибкого графика занятий, удобного расписания, оптимальная длительность оказания услуг;

– обеспечение возможностей и гарантии качества образования (лицензирование образовательных программ, наличие международных сертификатов у преподавателей, наличие возможности сдачи международного экзамена);

- корпоративная культура образовательного учреждения;
- наличие партнерских отношений с зарубежными школами в целях организации поездок;
- уровень обеспеченности социальной инфраструктурой.

#### 3. Доступность образовательных услуг:

- ценовая политика, гибкие условия оплаты, оплата за дополнительные образовательные услуги;
- коммуникационная политика, результативность стратегии продвижения образовательных услуг (уровень развития рекламной деятельности);
- выгодное местоположение учреждения.

#### 4. Имидж:

- длительность деятельности учреждения на рынке дополнительного образования;
- осуществление рекламных и PR-акций;
- репутация учреждения и др.

Таким образом, конкурентоспособность организации в сфере дополнительного образования – это сочетание таких оценочных категорий, которые определяют его положение не только в образовательной, но и в социальной среде [3].

Ключевой составляющей конкурентоспособности образовательного учреждения, в том числе и дополнительного образования, является конкурентоспособность образовательной услуги, которую определяют такие основные показатели, как качество услуги и ее стоимость. Поэтому для повышения качества учреждение должно формировать системы управления качеством, обеспечивать повышение профессионального уровня преподавательского состава, повышать уровень материально-технической базы образовательного процесса и информационно-методического обеспечения и др. [4]

Анализ методик оценки конкурентоспособности организации позволяет выявить определенные ограничения применяемых показателей для оценки конкурентоспособности учреждений дополнительного образования. Так, основа большинства методик состоит из оценки определенного перечня параметрических характеристик, совокупность которых определяет показатель конкурентоспособности. Основным недостатком при составлении перечня характеристик является попытка создать всеобъемлющий перечень при отсутствии понимания фактора доступности и достаточности, где под достаточностью понимается возможность некоторой характеристики достаточно полно судить о некотором процессе.

Изучив методы, можно выделить три основных подхода в системе оценки конкурентоспособности: метод экспертных оценок, использование в системе расчетов весовых характеристик (метод интегральной оценки), применение интегрированного показателя. В качестве ограничений в использовании данных подходов отметим субъективность и условность представленных оценок. Что касается матричных моделей, их основное ограничение заключается в узком представлении критериев оценки.

Так, если рассматривать метод интегральной оценки конкурентоспособности образовательного учреждения, описанный И. В. Захаровой [5, с. 90–91], то достоинством этого метода, несомненно, является комплексный подход, попытка в одном показателе учесть основные группы показателей конкурентоспособности образовательной услуги: организационные, стоимостные, маркетинговые, потребительские, мотивационные. Для расчета интегральной оценки конкурентоспособности показатели объединены в три группы: нормативные, ценовые и технологические, где нормативные показатели отражают соответствие услуги стандарту или качеству  $I_{нп}$ , технологические показатели должны отражать уровень материально-технической базы  $L_{тп}$ , ценовые – это стоимость услуги  $E_{цп}$ . Уровень конкурентоспособности образовательного учреждения (УК) предложено определять по формуле:

$$УК = I_{нп} \frac{L_{тп}}{E_{цп}}.$$

В методике предложено нормативные показатели оценивать «0» или «1», то есть несоответствие или соответствие стандарту. На наш взгляд, это является некорректным, так как градации оценки все-таки могут быть ввиду большого количества показателей качества и их варибельности. Также не решен вопрос, как установить стандарты качества по многим показателям, таким как, например, творческий и новаторский характер образования и др. Кроме того, указанная методика оценивает конкурентоспособность образовательной услуги, а не образовательного учреждения.

Следует отметить, что при анализе конкурентоспособности организаций в сфере услуг дополнительного образования, так как речь идет о коммерческой деятельности, вместе с качеством самой услуги большое значение приобретает оценка финансового состояния компании. Немаловажными также по сравнению с организациями, предоставляющими услуги на рынке базовых образовательных услуг, становятся факторы, определяющие ее положение в социальной среде (как, например, выгодное местоположение учреждения и др.).

Использование интегрированного подхода предполагает применение различных методик анализа, что позволяет совмещать детальный анализ внутренних особенностей фирмы, отраслевых особенностей (модель пяти сил конкуренции по Портеру), конкурентной ситуации (матрица McKinsey, SWOT-анализ) и эффективности продуктового портфеля (матричные методы) и получить комплексную оценку деятельности фирмы [6, с. 52–53].

Следует отметить, что применение данных методов затруднено для организаций, работающих на рынке дополнительного образования, возможностью оценки качества услуг сравниваемых организаций, поскольку это требует непосредственного «приобретения» услуги каждой анализируемой компании, т. е. больших временных и стоимостных затрат для организации. В качестве ограничений исследования конкурентоспособности необходимо также отнести отсутствие достаточных статистических данных об услугах дополнительного образования в негосударственном секторе, необходимых для проведения анализа.

Отмеченные выше недостатки существующих методов оценки конкурентоспособности организаций обуславливают низкую возможность практического применения большинства из них, без существенной модернизации под конкретную организацию. Следствием отмеченных ограничений может стать некорректная оценка конкурентоспособности, что может оказать негативное влияние на деятельность организации, ее положение.

Оценку качества услуг можно проводить с помощью социологического опроса потребителей и заказчиков услуг. Наиболее удобная методика оценки – модель «SERVQUAL», которая представляет собой анкету, состоящую из трех частей: «Ожидания», «Восприятие» и «Важность». На основе полученных данных предлагается рассчитать средние показатели, количественно характеризующие несоответствие между ожиданиями и восприятием потребителей. Данный анализ используется для отслеживания изменений в ожиданиях и восприятии в динамике.

Еще одним способом анализа качества услуги, в особенности образовательной услуги, можно считать оценку уровня знаний потребителя по итогам прохождения обучения, т. е. применение системы аттестации учащихся.

Таким образом, высоко оценивая вклад авторов в развитие теоретических и практических аспектов оценки качества образовательных услуг, тем не менее, подчеркнем, что такие рамки анализа, при которых итоговое значение качества представлено в виде единичного значения, являются неоправданно узкими.

Это связано с тем, что оценка организационных способностей и социальных условий, их участия в создании конкурентного преимущества не всегда поддается количественному анализу ввиду своей нематериальной природы.

Таким образом, для оценки конкурентоспособности организации на рынке услуг дополнительного образования необходим подход, который может объединить в себе экономический и организацион-

ный анализ. Поэтому предпочтительным, на наш взгляд, является применение интегрированного подхода, предполагающего использование различных методик анализа внутренних особенностей организации, в том числе изучение финансово-экономического состояния компании, отраслевых особенностей и изучение конкурентной ситуации и стратегии организации с целью получения комплексной оценки положения организации.

### Список литературы

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ.
2. Депутатова Л. Н., Ворожцова К. А. Сравнительный анализ методик оценки конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 3. Электрон. версия печат. публ. URL: <http://www.science-education.ru/pdf/2012/3/70.pdf> (дата обращения: 13.04.2013).
3. Иванов К. И. К вопросу о социально-экономических основаниях функционирования института дополнительного профессионального образования // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2012. Вып. 12 (127). С. 171–177.
4. Вирабова М. Р. Повышение конкурентоспособности и качества услуг учреждений сферы образования (на материалах Ставропольского края): автореф. дис. ... канд. экон. наук. Шахты, 2011. 25 с.
5. Захарова И. В. Маркетинг образовательных услуг [Электронный ресурс]. Ульяновск: УлГТУ, 2008. 170 с.
6. Маркетинг образовательных услуг: учебное пособие / под ред. Н. А. Пашкус. СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. 112 с.

Золотарева Г. А., кандидат экономических наук, доцент.

**Национальный исследовательский Томский политехнический университет.**

Пр. Ленина, 30, Томск, Россия, 634050.

E-mail: [zgazga@mail.ru](mailto:zgazga@mail.ru)

Подопригора И. В., кандидат экономических наук, доцент.

**Томский государственный архитектурно-строительный университет.**

Пл. Соляная, 2, Томск, Россия, 634003.

E-mail: [podigval@mail.ru](mailto:podigval@mail.ru)

*Материал поступил в редакцию 08.10.2013.*

*G. A. Zolotareva, I. V. Podoprigora*

### FEATURES OF ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF BUSINESS ORGANIZATIONS IN THE MARKET OF ADDITIONAL EDUCATION

The issues of competitiveness of the educational organization and the underlying factors and criteria influencing it are discussed. Highlights the main approaches in the evaluation of the competitiveness of the organization.

**Keywords:** *education, competitiveness of educational organization, evaluation of service quality.*

### References

1. The Federal Law on the Protection of Competition 26.07.2006. № 135- FZ (in Russian).
2. Deputatova L. N., Vorozhtsova K. A. A comparative analysis of methodologies for assessing the competitiveness of enterprises. Modern problems of science and education, 2012. No. 3. URL: <http://www.science-education.ru/pdf/2012/3/70.pdf> (in Russian).
3. Ivanov K. I. On the basis of social and economic functioning of the institute for advanced vocational education. Tomsk state pedagogical university bulletin, 2012, no. 12 (127), pp. 171–177 (in Russian).
4. Virabova M. R Improving of the competitiveness and quality of education institutions (on the materials of the Stavropol Territory). Abstract of thesis of cand. econ. sci. Shakhty, 2011. 25 p. (in Russian).
5. Zakharova I. V. Marketing of educational services. Ul'yanovsk, Ul'yanovsk State Technical University Publ., 2008, 170 p. (in Russian).
6. Marketing of educational services: Textbook. pod red. N.A. Pashkus [etc.]. St. Petersburg, "Knizhny dom" Publ., 2007. 112 p. (in Russian).

Zolotareva G. A.

**National Research Tomsk Polytechnic University.**

Pr. Lenina, 30, Tomsk, Russia, 634050.

E-mail: [zgazga@mail.ru](mailto:zgazga@mail.ru)

Podoprigora I. V.

**Tomsk State University of Architecture and Building.**

Pl. Salyanaya, 2, Tomsk, Russia, 634003.

E-mail: [podigval@mail.ru](mailto:podigval@mail.ru)