

УДК 65.012

ПОКАЗАТЕЛИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

О.Б. Кондратенко^а

Аннотация

Представлены показатели конкурентных преимуществ учреждения высшего образования, функционирующего в условиях информационной экономики. Предложен способ определения числовой оценки конкурентных преимуществ, основывающийся на опросе экспертов и анкетировании сотрудников.

Ключевые слова: интегральная оценка, конкурентное преимущество, учреждение высшего образования.

INDICATORS OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION

V.B. Kandratsenka^a

Abstract

The competitive advantages of institution of higher education being active within the information economy are represented. A method for determining the numerical estimation of competitive advantages, based on a survey of experts and staff questioning, is proposed.

Keywords: integral estimation, competitive advantage, institution of higher education.

Введение. Среди основных признаков рыночной экономики называют конкуренцию и ориентацию на потребителя. В условиях рыночной саморегуляции структуру распределения ресурсов и благ определяют потребители и поставщики товаров и услуг. Любая организация, целью деятельности которой является достижение высоких показателей рентабельности, должна придерживаться конкурентной стратегии.

При формировании конкурентной стратегии организации необходимо определить ее конкурентоспособность на рынке. Она определяется качеством производимой продукции (оказываемых услуг) и ценой на нее [1].

1. Оценка конкурентоспособности организации основывается на трех показателях: интегральной оценке конкурентного потенциала организации, интегральной оценке конкурентных преимуществ самой организации, интегральной оценке конкурентных преимуществ производимых организацией товаров (услуг) [2]:

$$C_{org} = f(CA_{org}, CA_{p(s)}, CP), \quad (1)$$

где C_{org} – интегральная оценка конкурентоспособности организации;

CA_{org} – интегральная оценка конкурентных преимуществ организации;

$CA_{p(s)}$ – интегральная оценка конкурентных преимуществ товаров (услуг);

CP – интегральная оценка конкурентного потенциала организации.

^а Кондратенко Ольга Брониславовна,
Минский институт управления, магистр
экономических наук, аспирант, начальник
научно-исследовательского отдела,
Minsk Institute of Management,
Master of Economics, PhD student,
head of the Research Department,
volha.b.k@gmail.com

Среди преимуществ интегральной оценки можно назвать [3]:

- 1) поэлементный анализ составляющих конкурентного преимущества посредством:
 - выделения факторов, влияющих на конкурентное преимущество;
 - определения показателей, определяющих уровень влияния факторов;
- 2) учет как объективных (количественных), так и субъективных (экспертных) показателей;
- 3) учет составляющих с учетом их влияния на конкурентное преимущество (с помощью весовых коэффициентов);
- 4) возможность сравнения конкурентных преимуществ различных организаций;
- 5) возможность анализа развития конкурентного преимущества;
- 6) возможность оценить потенциальные конкурентные преимущества.

Для проведения интегральной оценки конкурентных преимуществ необходимо выделить все существующие и потенциально возможные конкурентные преимущества, определить влияющие на них факторы и сформулировать показатели, определяющие уровень влияния этих факторов. Такой поэлементный анализ в виду его объемности целесообразно проводить, используя сводную таблицу составляющих конкурентных преимуществ (таблица 1) [3].

Таблица 1 – Составляющие конкурентных преимуществ

Конкурентные преимущества			Факторы конкурентных преимуществ			Показатели факторов конкурентных преимуществ		
CA_1	VO_1^{CA}	α_1	FCA_{11}	VO_{11}^{FCA}	β_{11}	IF_{111}	VO_{111}^{IF}	γ_{111}
					
			IF_{11k}	VO_{11k}^{IF}	γ_{11k}
			FCA_{1j}	VO_{1j}^{FCA}	β_{1j}	IF_{1jk}	VO_{1jk}^{IF}	γ_{1jk}
...
CA_i	VO_i^{CA}	α_i	FCA_{ij}	VO_{ij}^{FCA}	β_{ij}	IF_{ijk}	VO_{ijk}^{IF}	γ_{ijk}

где $i = 1, 2, \dots, n$ – номер конкурентного преимущества организации;

$j = 1, 2, \dots, m$ – номер фактора i -го конкурентного преимущества;

$k = 1, 2, \dots, z$ – номер показателя j -го фактора i -го конкурентного преимущества;

CA_i – i -е конкурентное преимущество;

VO_i^{CA} – числовое значение i -го конкурентного преимущества;

α_i – весовой коэффициент i -го конкурентного преимущества;

FCA_{ij} – j -й фактор i -го конкурентного преимущества;

VO_{ij}^{FCA} – числовое значение j -го фактора i -го конкурентного преимущества;

β_{ij} – весовой коэффициент j -го фактора i -го конкурентного преимущества;

IF_{ijk} – k -й показатель j -го фактора i -го конкурентного преимущества;

VO_{ijk}^{IF} – числовое значение k -го показателя j -го фактора i -го конкурентного преимущества;

γ_k – весовой коэффициент k -го показателя j -го фактора i -го конкурентного преимущества.

При этом числовые значения конкурентных преимуществ и их факторов определяются, основываясь на числовых значениях показателей факторов конкурентных преимуществ,

полученных на основе экспертных оценок и статистических данных. Весовые коэффициенты определяются экспертами, входящими в число руководства организации, для которой осуществляется оценка.

2. Конкурентные преимущества учреждения высшего образования. Исходя из определения термина «организация» – «форма объединения людей для их совместной деятельности в рамках определенной структуры; система, призванная выполнять заданные функции, решать определенный круг задач, например, предприятие, компания, школа, институт, банк, правительственное учреждение» [4], учреждение высшего образования можно рассматривать с экономической точки зрения как организацию, призванную оказывать образовательные услуги.

Выделим конкурентные преимущества учреждения высшего образования (таблица 2), основываясь на «Системе стандартов в сфере образования» [5]. При этом необходимо учитывать, что показатели факторов конкурентных преимуществ должны быть легко оцениваемы в численном выражении [6].

Таблица 2 – Конкурентные преимущества учреждения высшего образования

Конкурентные преимущества	Факторы конкурентных преимуществ	Показатели факторов конкурентных преимуществ
1. Склонность высшего руководства к инновациям	1.1. Научная активность высшего руководства	1.1.1. Публикация научных статей
		1.1.2. Участие в научных мероприятиях
	1.2. Уровень квалификации высшего руководства	1.2.1. Наличие ученой степени доктора наук
		1.2.2. Наличие ученой степени кандидата наук
		1.2.3. Наличие академической степени магистра наук
	1.3. Компьютерная грамотность высшего руководства	1.3.1. Уровень компьютерной грамотности
		1.3.2. Активность использования современных информационных технологий
1.4. Возрастной состав высшего руководства	1.4.1. Средний возраст	
2. Наличие расширенной материально-технической базы	2.1. Техническое оборудование	2.1.1. Количество ПК из расчета на одного студента
		2.1.2. Доля лекционных аудиторий, оснащенных мультимедийным оборудованием
		2.1.3. Наличие специализированных лабораторий
	2.2. Комфортность помещений	2.2.1. Уровень чистоты и аккуратности
		2.2.2. Уровень эргономичности
		2.2.3. Уровень эстетичности
	2.3. Спортивная и оздоровительная база	2.3.1. Наличие помещений и площадок для занятий физкультурой
		2.3.2. Наличие спортивного оборудования
		2.3.3. Наличие базы отдыха
	2.4. Вспомогательная база	2.4.1. Наличие общежитий
2.4.2. Наличие столовых		
3. Выгодное местоположение	3.1. Удобное местоположение	3.1.1. Компактность территории кампуса
		3.1.2. Удаленность от центра города
		3.1.3. Удобный общественный транспорт
	3.2. Экологичность	3.2.1. Экологичность района
		3.2.2. Наличие зон отдыха

Конкурентные преимущества	Факторы конкурентных преимуществ	Показатели факторов конкурентных преимуществ
4. Диапазон предоставляемых образовательных услуг	4.1. Доступные уровни образования	4.1.1. Высшее образование
		4.1.2. Послевузовское образование
	4.2. Диапазон специальностей	4.2.1. Количество специальностей 1-й степени высшего образования
		4.2.2. Количество специальностей магистратуры
		4.2.3. Количество специальностей аспирантуры
		4.2.4. Количество специальностей докторантуры
	4.3. Дополнительное образование	4.3.1. Подготовительные курсы
		4.3.2. Профессиональное образование
		4.3.3. Курсы повышения квалификации
5. Признание	5.1. Спрос на выпускников	5.1.1. Показатель трудоустройства
	5.2. Признание внутри страны	5.2.1. Наличие государственных премий
		5.2.2. Наличие государственных наград
	5.3. Наличие признанных научно-образовательных школ	5.3.1. Количество защищенных учеников
		5.3.2. Публикация научных результатов
	5.4. Международное признание	5.4.1. Количество действующих договоров о сотрудничестве
		5.4.2. Участие в международных научных программах и проектах
		5.4.3. Участие в международных образовательных (культурных) программах и проектах
		5.4.4. Доступность образовательных программ для зарубежных студентов
		5.4.5. Уровень академической мобильности
		5.4.6. Организация международных мероприятий
		5.4.7. Членство в международных организациях
6. Продуктивная научная деятельность	6.1. Использование результатов научных исследований в деятельности УВО	6.1.1. Внедрение результатов НИР в бизнес-процессы УВО
		6.1.2. Публикация учебно-методических изданий
	6.2. Подготовка высококвалифицированных научных кадров	6.2.1. Доля успешно окончивших аспирантуру
		6.2.2. Доля выпускников, защитивших кандидатские диссертации
	6.3. Публикация результатов научных исследований	6.3.1. Публикация монографий
		6.3.2. Публикация статей
7. Выверенная система управления в УВО	7.1. Система мотивации сотрудников	7.1.1. Наличие премий
		7.1.2. Дифференциация заработной платы
		7.1.3. Социальный пакет
		7.1.4. Награды внутри организации
	7.2. Организационная структура	7.2.1. Оптимальный состав работников
		7.2.2. Делегирование полномочий
		7.2.3. Сертифицированная система менеджмента качества

Для определения числовой оценки показателей факторов конкурентных преимуществ будем использовать два метода: сбор статистических данных путем опроса экспертов, входящих в число руководства организации, а также анкетирование сотрудников организации, вовлеченных в осуществление основной деятельности.

В ходе анкетирования будут использованы как прямые вопросы (например, «Оцените достаточность степени мотивации персонала», «Оцените комфортность условий труда»), так и косвенные (например, для оценки пункта 7.2.1 могут быть использованы вопросы: «Как Вы оцениваете достаточность уровня своей компьютерной грамотности для выполнения функциональных обязанностей?», «Всегда ли Вам своевременно представляется вся информация, необходимая для выполнения своих функциональных обязанностей?»).

Анкетирование позволит не только определить числовые значения показателей, но и оценить уровень готовности сотрудников организации к выполнению своих обязанностей в условиях, выдвигаемых информационной экономикой.

Заключение. По своей природе учреждения высшего образования являются не только производителями квалифицированных работников, но и источником новых идей, знаний и инновационных проектов. Для эффективного выполнения этой миссии, руководству УВО следует использовать методологию формирования конкурентных преимуществ, адаптированных к условиям современной экономики.

Создание адекватной системы оценки конкурентных преимуществ организации будет способствовать продвижению учреждения высшего образования на рынке образовательных услуг в условиях информационной экономики.

Литература / References

1. Смирнова, И.Л. Управление конкурентоспособностью предпринимательской организации в условиях повышения уровня ее капитализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / И.Л. Смирнова ; Моск. акад. предприним. при Правит. Москвы. – М., 2011. – 22 с.
Smirnova, I.L. Upravleniye konkurentosposobnostyu predprinimatelskoy organizatsii v usloviyakh povysheniya urovnya yeye kapitalizatsii : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.05 / I.L. Smirnova ; Mosk. akad. predprinim. pri Pravit. Moskvy – М., 2011. – 22 p.
2. Гедранович, О.Б. Методологические и методические аспекты оценки конкурентоспособности организации / О.Б. Гедранович // Экономика и управление. – 2011. – №3(27) – С. 51-57.
Gedranovich, O.B. Metodologicheskiye i metodicheskiye aspekty otsenki konkurentosposobnosti organizatsii / O.B. Gedranovich // Ekonomika i upravleniye. – 2011. – №3. – P. 51-57.
3. Гедранович, О.Б. Формализация интегральной оценки конкурентных преимуществ организации / О.Б. Гедранович // Инновационные процессы в социально-экономическом развитии : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Бобруйск, 18 апр. 2012 г.). – Минск : БГЭУ, 2012. – С. 264–266.
Gedranovich, O.B. Formalizatsiya integralnoy otsenki konkurentnykh preimushchestv organizatsii / O.B. Gedranovich // Innovatsionnyye protsessy v sotsialno-ekonomicheskom razvitii : materialy II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Bobruysk, 18 apr. 2012 g.). – Minsk : BGEU, 2012. – P. 264–266.
4. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. [Электрон. ресурс] – М.: ИНФРА-М, 2006. – 495 с. – Режим доступа : <http://slovari.yandex.ru/~книги/Экономический%20словарь/Организация/>. – Дата доступа : 19.10.2012.
Rayzberg, B.A. Sovremennyy ekonomicheskiy slovar / B.A. Rayzberg, L.Sh. Lozovskiy, Y.B. Starodubtseva. – 5-ye izd., pererab. i dop. [Electronic resource] – M.: INFRA-M, 2006. – 495 p. – Mode of access: <http://slovari.yandex.ru/~книги/Экономический%20словарь/Организация/>. – Date of access: 19.10.2012.
5. Система стандартов в сфере образования. Система оценки соответствия. Порядок предоставления статусов высшим учебным заведениям : Постановление Министерства образования Республики Беларусь, 28 фев. 2001 г., № 16 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.
Sistema standartov v sfere obrazovaniya. Sistema otsenki sootvetstviya. Poryadok predostavleniya statusov vysshim uchebnym zavedeniyam : Postanovleniye Ministerstva obrazovaniya Respubliki Belarus, 28 fev. 2001 g., № 16 // Konsultant Plyus : Belarus. Tekhnologiya 3000 [Electronic resource] / ООО «YurSpektr», Nats. tsentr pravovoy inform. Resp. Belarus. – Minsk, 2012.
6. Hedranovich, V. Competitive advantages of institutions of higher education in the information economy / Volha Hedranovich, Valiantsina Hedranovich // Innovative and creative solutions in business and culture : abstracts of International Scientific Conference. – Riga, Latvia, 28-30 March 2012 / «Ekonomikas un kultūras augstskola» SIA – Riga, 2012. – P. 38.