

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра менеджмента в образовании

**Оценка конкурентной позиции организации как инструмент
стратегического менеджмента**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 3 курса 331 группы

направления 38.04.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Сафоновой Елены Игоревны

Научный руководитель:

профессор кафедры менеджмента

в образовании ИДПО СГУ, д.э.н.,

профессор _____ «__» _____ 20__ г. /О.А. Мызрова/

Зав. кафедрой:

д-р соц.н., доцент _____ «__» _____ 20__ г. /Н.В. Медведева/

Саратов 2017

Введение. Формирование многоукладной образовательной системы и становление рынка образовательных услуг приводит к ситуации, когда необходимо решать вопросы корректировки и координации образовательной политики с учетом рыночных, экономических особенностей территории.

В этой связи возникает необходимость исследования современных подходов к формированию конкурентных стратегий образовательных учреждений и совершенствования организации образовательного процесса, а также разработки мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности образовательных услуг.

Различным аспектам теории и практики применения моделей управления образовательной деятельностью в отечественной и зарубежной литературе уделяется значительное внимание, однако эффективные конкурентные стратегии управления образованием начинают только разрабатываться, поэтому опыт организации такого рода механизмов пока недостаточен и требуется проведение дополнительных исследований для выработки направлений управления данными процессами. Недостаточная проработанность инструментов оценки конкурентной позиции применительно к образовательным учреждениям и определяет актуальность темы магистерской диссертации.

Теоретической и методологической базой магистерской работы послужили труды отечественных и зарубежных исследователей в области конкурентоспособности и маркетинговой деятельности организации: М. Портера, Ж.-Ж. Ламбена, А. Литтл, Г. Азоева, А. Прокопенко, Г. Антонов, Г. Унтура, Я. Гольдпггейна, И. Ансоффа, Г. Симона, И. Лифица, Р. Фатхуттдинова, А. Челенкова, А. Юданова, А. Панкрухина, Ю. Похолкова, Г. Келса, Е. Бешкинской, М. Иоффе, В. Коноплева, В. Шабашева, Д. Майсакова, Э. Новаторова, Т. Бельчик, Н. Тихомировой и др.

Объектом исследования является Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Саратовской области «Поволжский колледж технологий и менеджмента».

Предмет - конкурентная позиция ГАПОУ СО «Поволжского колледжа технологий и менеджмента»

Целью работы является провести анализ конкурентной позиции Колледжа и предложить направления по ее улучшению.

В соответствии с поставленной целью, в выпускной квалификационной работе магистра поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы анализа и оценки конкурентной позиции организации;
- рассмотреть организационно - правовое обеспечение образовательной деятельности, каналы финансирования и структуру управления Колледжа;
- провести анализ внешней и внутренней среды Колледжа;
- выявить конкурентную позицию Колледжа на рынке образовательных услуг;
- предложить мероприятия по улучшению конкурентной позиции Колледжа.

В качестве исходной информации использовалась учебная, научная, методическая, справочная литература, документы бухгалтерско-финансовой отчетности Колледжа, план развития Колледжа на 2015-2018 года.

При выполнении выпускной квалификационной работы магистра использовались методы исследования: наблюдения, опрос потребителей образовательных услуг, метод системного анализа, аналитико-прогностические и другие методы.

Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Научная значимость магистерской работы состоит в адаптации инструментов стратегического менеджмента к применению образовательными учреждениями в процессе разработки мероприятий по повышению своей конкурентной позиции.

Практическая значимость магистерской работы заключается в возможности использования результатов исследования в практической

деятельности образовательных организаций, оказывающих услуги основного и дополнительного образования для повышения их конкурентоспособности.

На защиту выносятся следующие положения:

- оценка конкурентной позиции Поволжского колледжа технологий и менеджмента, проведенная с помощью инструментов стратегического менеджмента, адаптированных к образовательным учреждениям;

- предложения по улучшению конкурентной позиции Поволжского колледжа технологий и менеджмента путем формирования многофункционального центра прикладных технологий и развития дистанционного образования.

В первом разделе **«Теоретические основы оценки конкурентной позиции организации»** представлен теоретический материал по теме исследования, подробно раскрывается сущность и содержание конкурентной позиции организации, и влияние факторов на конкурентную позицию организации.

Анализ и обобщение трудов отечественных и зарубежных исследователей по данной теме, позволил автору учитывая все неточности, в качестве наиболее полного предложить следующее определение конкурентоспособности образовательного учреждения: конкурентоспособность образовательного учреждения - это превосходство образовательного учреждения своими образовательными услугами аналогов в определенных сегментах рынка в определенный период времени; потенциальная способность образовательного учреждения предоставлять конкурентоспособные услуги в будущем без урона своему финансовому состоянию.

Понятие конкурентоспособности является многосторонним и отражает многообразные аспекты деятельности образовательного учреждения и качество образовательных услуг.

Во втором параграфе этого раздела **«Факторы, влияющие на конкурентную позицию организации»** сформулированы следующие вводы.

Выбор базовой стратегии - центральный момент стратегического планирования. Часто учебное заведение выбирает стратегию из нескольких возможных вариантов. Так, если образовательное учреждение хочет увеличить свою долю на рынке, оно может достичь цели несколькими путями: понизить цены на услуги, увеличить количество филиалов, расширить ассортимент оказываемых образовательных услуг, с помощью рекламы создать более привлекательный образ своих образовательных услуг и т. п. Каждый путь открывает разные возможности. Например, ценовая стратегия легко осуществима и дает быстрые результаты, особенно в случае демпинговых цен, но и легко копируется конкурентами. Стратегия, основанная на новой технологии обучения, трудно копируется, но требует больших капитальных затрат и значительного интервала времени (от 1 до 5 лет) до понимания потребителями. Стратегия использования новых программ и специальностей требует затрат времени, а в отсутствие авторского права "копируется" и повторяется. Таким образом, образовательные учреждения могут столкнуться с большим числом возможных альтернативных стратегий.

Все многообразие стратегий, которые государственные и негосударственные образовательные учреждения используют в реальной жизни, являются различными модификациями нескольких базовых стратегий, рассмотренных выше. Каждая из них эффективна при определенных условиях и состоянии внутренней и внешней среды, и конкурентном положении организации.

На выбор конкретной стратегии из перечисленного наборатиповых оказывают влияние разнообразные факторы:

1. *Вид оказываемых услуг и особенности отрасли, в которой работает организация.* В первую очередь здесь принимается во внимание уровень конкуренции со стороны учебных заведений, представляющих аналогичные образовательные услуги на тех же рынках.

2. *Состояние внешнего окружения.* Стабильно оно или подвержено частым изменениям? Насколько предсказуемы эти изменения?

3. *Характер целей,* которые ставит перед собой учебное заведение; ценности, которыми руководствуются при принятии решений высшие менеджеры или учредители (для негосударственных образовательных учреждений).

4. *Уровень риска.* Риск является реальным фактором жизнедеятельности учебного заведения. Поэтому перед руководством вуза всегда стоит вопрос: какой уровень риска является допустимым?

5. *Внутренняя структура учебного заведения, ее сильные и слабые стороны.* Сильные функциональные зоны организации способствуют успешному использованию открывающихся новых возможностей. Слабые стороны требуют постоянного внимания со стороны руководства при выборе стратегии, ее реализации, чтобы избежать потенциальных угроз и успешно конкурировать с другими образовательными учреждениями.

6. *Опыт реализации прошлых стратегий.* Этот фактор связан с "человеческим фактором", с психологией людей. Он может носить как позитивный, так и негативный характер. Часто руководители сознательно или интуитивно находятся под влиянием опыта реализации стратегий, выбранных образовательным учреждением в прошлом. Опыт позволяет, с одной стороны, избежать повторения прошлых ошибок, а с другой - ограничивает выбор.

7. *Фактор времени.* Этот фактор при принятии управленческих решений играет важную роль. Он может способствовать успеху или неудаче учебного заведения. Даже самая прекрасная стратегия, новая технология или новая образовательная услуга не приведут к успеху, если они будут заявлены на рынок не вовремя.

Второй раздел «Исследование конкурентной позиции Поволжского колледжа технологий и менеджмента на рынке образовательных услуг»

посвящен исследованию и оценке конкурентной позиции Поволжского колледжа технологий и менеджмента.

В первом параграфе представлена общая характеристика ГАПОУ СО «Поволжского колледжа технологий и менеджмента», проанализирована деятельность колледжа по реализации основных программ подготовки специалистов среднего звена, а также по направлениям внебюджетной деятельности колледжа.

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Саратовской области «Поволжский колледж технологий и менеджмента» - многоуровневое, многопрофильное образовательное учреждение по подготовке специалистов нового типа (практико-ориентированных, мобильных и конкурентоспособных), реализующее непрерывные (интегрированные) основные профессиональные программы среднего профессионального образования (углубленной и базовой подготовки) и начального профессионального образования, а также образовательные программы профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации рабочих и специалистов.

Колледж реализует непрерывные (интегрированные) основные профессиональные образовательные программы СПО по специальностям (углубленной и базовой подготовки) [в соответствии с ФГОС СПО III поколения] и вложенные, интегрированные, в них основные профессиональные образовательные программы НПО по родственным профессиям [в соответствии с ФГОС НПО III поколения] с поэтапной аттестацией – государственной аттестацией на уровень НПО [II курс], государственной аттестацией на уровень СПО (базовой подготовки) [III курс] и государственной (итоговой) аттестацией на уровень СПО (углубленной подготовки) [IV курс] в соответствии с пунктом 4 Статьи 15 Федерального Закона «Об образовании», с переводом студентов после ГИА с одного уровня на другой через конкурсный отбор наиболее способных и подготовленных на основании Положения колледжа.

Во втором параграфе данного раздела проведен анализ микросреды, определены стратегические группы конкурентов и построена карта позиционирования Колледжа, выявлены и проанализированы потребители образовательной организации «ПКТИМ». Был проведен анализ конкурентов по модели пяти сил конкуренции М. Портера, сформулированы ключевые факторы успеха, SWOT-анализ деятельности организации, Стратегический SNW – анализ и приведен расчет конкурентной позиции.

Проведя анализ конкурентной позиции колледжа можно сделать вывод, что Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Поволжский колледж технологий и менеджмента» занимает лидирующие позиции по сравнению с конкурентами, но есть нереализованные возможности в отношении спектра предлагаемых образовательных услуг, техническим средствам обеспечения учебно-производственного процесса, производственным мощностям, стратегии деятельности на рынке образовательных услуг, сотрудничеству с социальными партнерами и т.д.

В третьем разделе представлены основные направления повышения конкурентной позиции Поволжского колледжа технологий и менеджмента на рынке образовательных услуг.

Полученные в результате исследования данные позволяют сделать вывод о том, что наиболее значимыми для студентов является возможность дистанционного обучения, стоимость обучения, востребованность данной программы со стороны работодателя. Исходя из этого, предлагается внедрить систему дистанционного обучения и несколько направлений образовательных услуг МЦПК для расширения сегмента потребителей образовательных услуг, реализуемых колледжем, а также предложенные мероприятия принесут дополнительную прибыль.

Одним из предложений является развитие многофункционального центра прикладных технологий. В рамках развития Многофункционального центра предлагается наладить партнерские отношения с такими крупными предприятиями как «Балаковский филиал АО «Апатит», АО «Северсталь-

Сортовой завод Балаково», в рамках сотрудничества в области образования и реализации преемственных партнерских образовательных программ.

Как следствие МЦПК – позволит колледжу гибко удовлетворять потребности предприятий в кадрах нового типа (мобильных, конкурентоспособных, практикоориентированных) через «короткие» профессиональные программы подготовки, переподготовки и повышения квалификации для приоритетных отраслей экономики Саратовской области.

Развитие многофункционального центра позволит интенсифицировать образовательный процесс.

Оснащенность колледжа современным оборудованием позволит в отличие от конкурирующих образовательных организаций набирать учащихся по предлагаемым направлениям курсовой подготовки.

Добиться преобладания в образовательном процессе практикоориентированных технологий.

В рамках развития многофункционального центра прикладных технологий с целью укрепления конкурентной позиции колледжа предлагается сформировать при Колледже Советсоциальных партнеров – Работодателей для расширения взаимодействия и контроля качества образовательного процесса, качества профессионального образования выпускников.

Предложенные мероприятия позволят создать конкурентоспособную, социально-ориентированную систему непрерывного профессионального образования и обучения и занять Колледжу лидирующую позицию среди образовательных учреждений города Балаково.

Заключение. Проведенное в магистерской работе исследование позволило установить:

- образовательное учреждение является частью сформировавшейся в регионе сферы образования. Основной характеристикой, отражающей способность образовательного учреждения успешно предлагать свои услуги на рынке образования, является его конкурентоспособность;

- конкурентоспособность учебного заведения – это способность иметь набор услуг, более привлекательных для потребителя по сравнению с другими учебными заведениями, имеющими аналогичные по содержанию услуги, благодаря лучшему соответствию качественных и стоимостных характеристик требованиям потребительского рынка и рынка труда. Она представляет собой «возможность предложить услугу, удовлетворяющую конкурентным требованиям потребителя, в требуемом количестве, в нужные сроки и на наиболее выгодных условиях»;

- ключевыми факторами успеха являются факторы, связанные с маркетингом, квалификацией, поэтому они относятся к стратегическим задачам развития образовательной организации «Поволжский колледж технологий и менеджмента»;

- проведенный анализ позволил установить прогнозную потребность рынка труда г. Балаково и региона в практикоориентированных специалистах, что приводит к необходимости выявления и корректировки структуры подготовки специалистов в соответствии с требованиями работодателей и запросами населения, перспективами развития экономики и социальной среды города и области. Это вызывает необходимость:

1) формирования эффективных механизмов взаимодействия образовательного учреждения с работодателями и другими социальными партнерами;

2) расширения спектра образовательных услуг через реализацию непрерывного профессионального образования;

3) мобильного и гибкого реагирования образовательной системы Колледжа на меняющиеся потребности, запросы Рынка труда и населения в профессиональной подготовке;

4) существенного повышения качества профессионального образования, основанного на компетенциях, в соответствии с потребностями инновационного и перспективного развития экономики и личности;

5) формирования экономической основы развития Колледжа в современных социально-экономических условиях;

4) развития финансово-экономической деятельности Колледжа;

5) материально-технического обеспечения современной техникой и технологиями инновационного образовательного процесса в соответствии с требованиями Работодателей и Личности;

6) выработки у молодого практикоориентированного специалиста новых качеств - мобильности и конкурентоспособности в условиях рыночной экономики, быстрой перестройки технологий и новой техники на современных предприятиях;

7) развития кадрового потенциала, в соответствии с современными требованиями, как основы корпоративной культуры к подготовке специалистов и источника профессиональных компетенций;

8) развитие экономических стимулов и социальных гарантий, для самореализации работников и студентов, системного профессионального роста и пополнения компетенций.

