

Под влиянием процессов, происходящих в мире, белорусская инновационная политика начинает меняться. Республика Беларусь обладает солидным человеческим потенциалом и научными кадрами, однако ресурсы эти используются сегодня далеко не полностью. Очевидно, что низкая доля высоких технологий в экспорте продукции не соответствует научному потенциалу Беларуси и негативно влияет на инновационную активность национальной экономики в целом.

Задачей государства в настоящее время является создание условий для повышения инновационной активности предпринимательства, для появления новых идей, научных открытий, изобретений, инженерных, конструкторских и дизайнерских решений. Необходим поиск новых схем финансирования, кредитования, налоговых льгот.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Войтов, И.В. О проекте концепции Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы / И.В. Войтов, Ф.Н. Крылов – Минск: ГУ «БелИСА», 2009. – № 3(12).
2. Компендиум передовой практики в области поощрения развития, основанного на знаниях, ООН, Нью-Йорк и Женева, 2008.

3. Нечепуренко, Ю.В. Управление интеллектуальной собственностью в научно-образовательной сфере. – Минск: БГУ, 2009. – 239 с.
4. Нехорошева, Л.Н. Новые модели предпринимательства как точки экономического роста в условиях формирования инновационной экономики: www.belisa.org.by.
5. Михайлова-Станюта, И.А. Проблемы становления и развития высокотехнологичного сектора промышленности Беларуси: www.belisa.org.by.
6. О состоянии и перспективах развития науки в Республике Беларусь по итогам 2007 года: Аналитический доклад / А.Н. Коршунов [и др.] - Минск.: ГУ «БелИСА», 2008 г.- 308 с.
7. Solow, R. The Inputs of Growth // The Economics of the Industrial Revolution / R. Solow, P. Temin, Ed. By J. Mokir. – London, 1985. –P. 76.
8. НЭГ №17(1334) 02.03.2010
9. www.belgopatent.org.by/
10. www.eapo.org/ru
11. www.gknt.org.by
12. www.wipo.int/portal/index.html

Материал поступил в редакцию 29.04.10

ERMAKOVA E. The role of intellectual property in innovation development of society

In this article is considered questions that determine the role of intellectual property in development of innovation process in Belarus. Author analyses indexes that describe innovation process during the last few years. The main factors that determines invigorative and restrictive influence on innovation development of society are also determined in this article.

УДК 378.1 (476)

Гарчук И.М.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА И ВЫБОР СТРАТЕГИИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Введение. Проблема повышения конкурентоспособности вуза в последние годы активно исследуется учеными различных направлений. Актуальность научных работ по данной тематике продиктована происходящими в стране социально-экономическими преобразованиями, развитием индустрии новых технологий, демографической ситуацией, ростом требований со стороны потребителей. Исследованию проблем конкурентоспособности посвящены работы российских и зарубежных ученых (И. Ансофф, Е.А. Иванова, Ф. Котлер, И.М. Лифиц, А.П. Панкрухин, М. Портер, Р.А. Фатхутдинов). Но если конкурентоспособность продукции исследуется в литературе детально, то конкурентоспособности вузов внимания уделяется значительно меньше. Анализ литературных источников показывает отсутствие единого подхода к определению понятия «конкурентоспособность вуза», однако терминология важна не только с научной точки зрения, но и для получения практического результата. Можно сказать, что конкурентоспособность является одним из ведущих показателей хозяйственно-экономической деятельности вуза, определяющим его настоящее и перспективное состояние на выбранных им сегментах рынка, поэтому целью работы является определение этапов оценки конкурентоспособности вуза, методики оценки на основе критериев конкурентоспособности и выбор стратегии, направленной на ее повышение.

Конкурентоспособность вуза и направления ее повышения. В информационно-интеллектуальном обществе образование является основным средством достижения экономических, социальных и политических целей, одним из важнейших факторов обеспечения конкурентоспособности экономики страны. Без конкурентоспособной системы образования не может быть конкурентоспособной рабочей силы, а без последней - конкурентоспособной экономики. Конкуренция стран в экономике сводится в современных условиях к конкуренции в области науки и техники и как следствие – в области подготовки квалифицированных кадров. Таким образом, можно утверждать, что существует взаимосвязь между конкурентоспособностью страны и ее системой образования. В основе конкурентоспособности

системы образования лежит конкурентоспособность каждого отдельного вуза.



Рис. 1. Взаимосвязь конкурентоспособности страны и системы образования

Сегодняшняя система высшей школы в Республике Беларусь качественно перешла на совершенно новую ступень своего развития. Получение дополнительных возможностей в выборе стратегии развития и определения путей достижения стратегических целей, внесли в деятельность образовательных учреждений элементы менеджмента и маркетинга, ранее им неизвестные. Государственные вузы получили возможность производить обучение на платной основе, заниматься предпринимательской деятельностью, самостоятельно определять объем услуг и их стоимость. Однако с расширением возможностей увеличилась и ответственность образовательных учреждений за результаты своей деятельности и собственное благополучие.

В современных условиях вузы Республики Беларусь выступают как субъекты рыночной экономики, предоставляя образовательные услуги на развивающемся рынке учреждений образования. Сегодня все большую актуальность приобретает конкуренция между высшими учебными заведениями. Конкуренция на рынке образовательных услуг представляет собой соперничество между образовательными учреждениями за привлечение желаемых клиентов в свой вуз. Высшее образование характеризуется большим выбором и высокой конкуренцией образовательных услуг со стороны как государственных, так и негосударственных учреждений. В некоторых регионах находятся несколько вузов, которые предоставляют возможность получить высшее или дополнительное образование по одинаковым специальностям. Каждый вуз стремится оказывать образовательные услуги лучше, чем конкурент, представлять дополнительные услуги. Конкурентная борьба между вузами – это совокупность действий, направленных на завоевание прочных позиций на рынке.

Все это порождает проблему поиска новых источников повышения конкурентоспособности вуза. В постоянно усложняющейся конкурентной среде конкурентоспособность вуза определяется его готовностью к постоянному и непрерывному инновационному процессу, основанному на использовании существующих и генерации новых знаний.

Конкурентоспособность вуза заключается в его способности противостоять реальным и потенциальным конкурентам на рынке образовательных услуг. Она зависит от воздействия различных внешних и внутренних факторов, формирующих конкурентную среду и конкурентные преимущества вуза.

Согласно Р. Фатхутдинову, «конкурентоспособность вуза – это его способность:

- 1) готовить специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу на конкретном внешнем или внутреннем рынке труда;
- 2) разрабатывать конкурентоспособные новшества в этой области;
- 3) вести эффективную воспроизводственную политику во всех сферах своей деятельности» [1].

Конкурентоспособность вуза определяется его способностями быть выделенными среди других высших учебных заведений по таким критериям конкурентоспособности, как качество обучения, цена, формы и методы обучения, условия, месторасположение,

prestиж, реклама и др. Открытие новой специальности, предоставление дополнительной услуги, выбор маркетинговой стратегии требуют изучения и анализа конкурентной среды.

Для анализа конкурентоспособности вуза используют графические, аналитические, статистические, маркетинговые методы, строят карты рынка образовательных услуг, на которых приводятся данные об образовательном учреждении и его основных конкурентах. Анализ данной карты рынка позволяет установить «сферу влияния» каждого конкурента, выявить не только его, но и свои слабые и сильные стороны. Многие образовательные учреждения изучают и учитывают в своих профессиональных разработках достижения конкурентов.

Конкурентоспособность образовательных услуг во многом зависит от конкретных условий, складывающихся на рынке (состояние рынка, демографическая ситуация в стране, изменение структуры спроса со стороны работодателей на выпускников, перечень образовательных услуг, цена, условия оплаты и др.). Одним из путей обеспечения конкурентоспособности вуза является опережение конкурентов в разработке и освоении новых образовательных услуг, нововведений в организации обучения, нового уровня профессиональной практической подготовки, детализации образовательных направлений.

По мнению автора, оценка вуза может состоять из следующих показателей: имидж, качество образования, потенциал вуза и его активность. Потенциал связан с интеллектуальной собственностью учебного заведения, условия учебы и отдыха студентов. Интеллектуальная собственность – это кадры вуза, т.е. не только количество профессоров и кандидатов, но и перспективность молодых преподавателей. Условия учебы и отдыха студентов включают материально-техническую базу (учебные, лабораторные, компьютерные площади) и социально-культурные блага (общежития, столовые, профилактории). Немаловажным для вуза является его активность: выпуск студентов, кандидатов наук, докторов, работа магистратуры, аспирантуры, достижения вуза.

Вуз может проводить оценку своей конкурентоспособности в той нише рынка, в которой он функционирует, оценивая свое положение по отношению к конкурентам. Оценка необходимо проводить в комплексе по различным критериям, включая анализ слабых и сильных сторон. Этапы оценки конкурентоспособности вуза приведены на рис. 2.



Рис. 2. Этапы оценки конкурентоспособности вуза

Выбор номенклатуры критериев конкурентоспособности зависит от назначения товаров и услуг и осуществляется на основе международных и отечественных стандартов, эксплуатационной документации. Применительно к системе высшего образования за основу критериев конкурентоспособности вуза может быть использован Руководящий документ Республики Беларусь «Система стандартов в сфере образования. Система оценки соответствия. Порядок предоставления статусов высшим учебным заведениям» от 13.03.2001 г. №8/5201. В соответствии с вышеназванным документом при оценке конкурентоспособности вузов учитываются:

- показатели обучения;
- подготовка специалистов, научных и научно-педагогических работников;
- направления и значимость проводимых научных исследований;
- вклад в развитие отраслей экономики [2].

По мнению опрошенных преподавателей Брестского государственного технического университета и Барановичского государственного университета (в анкетировании принимали участие 70 респондентов – представители различных уровней управления вузами; структура анкеты была разработана автором; вопросы анкеты составлены таким образом, чтобы респонденты определили перечень основных факторов конкурентоспособности вузов, отметили наличие этих факторов в вузах Брестского региона), важнейшими критериями конкурентоспособности высшего учебного заведения на рынке образовательных услуг являются:

- качество образования и подготовки специалистов;
- уровень квалификации профессорско-преподавательского состава;
- востребованность выпускников на рынке труда;
- уровень развития материально-технической базы;
- предложение образовательных услуг по востребованным специальностям [3].

Анализируя вышеприведенные критерии конкурентоспособности, можно сделать вывод:

- приоритетным в оценке конкурентоспособности вуза является качество образования;
- данные критерии не включают такой критерий конкурентоспособности, как цена потребления.

Однако, по мнению субъектов оценки конкурентоспособности (потребителей, поставщиков, экспертов), на сегодняшний день, помимо качества продукции, именно цена потребления является еще одним приоритетным критерием конкурентоспособности.

И.М. Лифиц выделяет следующие критерии конкурентоспособности продукции: уровень качества, социальная адресность, подлинность, безопасность, потребительская новизна, имидж, информативность; цена потребления [4]. Критерии «уровень качества» (качество) и «цена потребления» (цена) можно без преувеличения считать приоритетными, так как в коммерческой практике при оценке конкурентоспособности оперируют в основном парой «качество – цена». Поэтому, производя оценку уровня конкурентоспособности вуза, нельзя не учитывать цену образовательных услуг.

Долгое время вузы развивались именно как государственные структуры, да и сегодня конкуренция между ними не абсолютно подчинена рыночным условиям (контроль со стороны государства достаточно силен), поэтому имеет ряд особенностей. Одна из них – борьба за привлечение большего количества студентов, обучающихся на платной основе. Для потенциальных потребителей соотношение цены и качества образовательной услуги является определяющим фактором формирования предпочтений. Чем выше качество предоставляемых образовательных услуг и ниже их цена, тем выше конкурентоспособность вуза.

С учетом других направлений деятельности, которые должны быть направлены на формирование и удержание конкурентного преимущества вуза в будущем, изменяющихся условий внутренней и внешней среды, можно сказать, что конкурентоспособность регионального вуза – это превосходство его образовательных услуг по цене и качеству по сравнению с аналогичными в конкретных сегментах

рынка в определенный период времени и способность создавать и развивать это превосходство в будущем. Такое определение позволяет увязать качество и цену образовательной услуги, учитывать фактор времени и условия конкретного сегмента рынка образовательных услуг, оценить конкурентные возможности вуза на перспективу.

Для определения мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности, сначала необходимо оценить достигнутый уровень. Оценку конкурентоспособности вуза можно произвести, используя методику Х.А. Фасхиева и И.М. Гараева, разработанную на основе цены и конкурентного потенциала, который они определяют как интегральный показатель, учитывающий квалификацию профессорско-преподавательского состава, развитость научно-методической и материально-технической базы вуза, широту охвата областей подготовки и качество подготавливаемых специалистов [5].

Перечень критериев, используемых для оценки конкурентного потенциала вуза, с целью систематизации можно разбить на пять групп, согласно вышеприведенным критериям Руководящего документа Республики Беларусь «Система стандартов в сфере образования. Система оценки соответствия» и данным анкетирования:

- качество системы образования;
- квалификационный потенциал профессорско-преподавательского состава;
- развитие научно-методической базы;
- уровень материально-технической базы;
- охват областей подготовки специалистов.

По каждой группе показателей выводится интегральный показатель конкурентоспособности. Интегральные показатели конкурентного потенциала по группам и вуза в целом рассчитываются по формуле (1):

$$K_{\text{ин}} = (Y_1 + Y_2 + Y_3 + Y_4 + \dots + Y_n) / n, \quad (1)$$

где $K_{\text{ин}}$ – интегральные показатели конкурентного потенциала;

n – количество принятых показателей;

Y_1, Y_2, Y_3, Y_4, Y_n – частные показатели, характеризующие конкурентный потенциал образовательного учреждения, рассчитываемые по формуле:

$$Y_i = \Pi_{ni} / \Pi_{ni} (\text{max/norm}), \quad (2)$$

где Π_{ni} – значение i -го показателя;

$\Pi_{ni} (\text{max/norm})$ – показатель, характеризующий максимальное в разные периоды либо принятое нормативное значение.

Критерий стоимости обучения предлагается рассчитывать по формуле средней арифметической (взвешенной) отдельно для технических, экономических специальностей и специальностей гуманитарного профиля по формам обучения (дневное, заочное, вечернее).

Рассчитав значения конкурентного потенциала вуза и средне-взвешенную стоимость обучения, можно определить уровень конкурентоспособности вуза по разным формам и направлениям обучения:

$$I = K_{\text{ин}} / C, \quad (3)$$

где C – средневзвешенная стоимость обучения.

Для наглядного сопоставления региональных вузов по конкурентоспособности, оцененной по интегральному показателю, можно применить прямоугольную (декартову) систему координат, в которой, на вертикальной оси показывают конкурентный потенциал учебного заведения, а на горизонтальной – средневзвешенную стоимость обучения. В рамках системы рисуется прямоугольник с четырьмя секторами (квадрантами). На рис. 3 показано конкурентное позиционирование вуза.

На основе соотношения качества и цены как приоритетных критериев уровня конкурентоспособности можно предложить выбор стратегии осуществлять в соответствии с тем, в каком квадранте по сравнению с региональными показателями оказался вуз в результате проведенной оценки.

Границы квадрантов формируются исходя из расчета средней статистической стоимости образовательных услуг, сложившейся в регионе за несколько лет, и среднего уровня показателя качества. Квадранты 1, 3 – это вузы с промежуточными значениями конкурентоспособности; 2 – вузы с высокой конкурентоспособностью; 4 – вузы с низкой конкурентоспособностью.

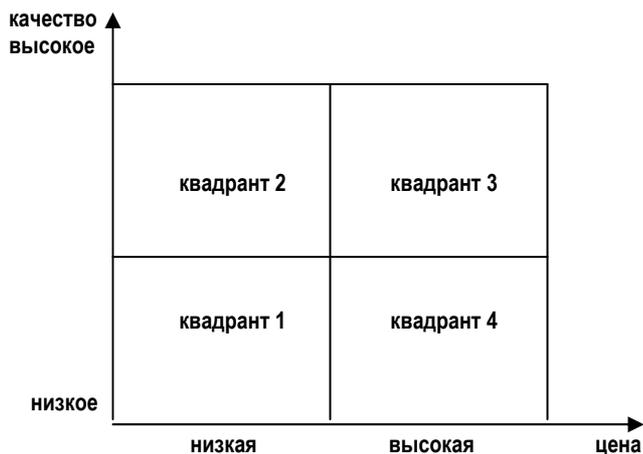


Рис. 3. Конкурентное позиционирование вуза

Все стратегии, направленные на повышение конкурентоспособности, в принципе ограничиваются тремя базовыми:

- стремиться стать производителем с низкими издержками производства для выпуска продукции с наименьшей себестоимостью в данной отрасли;
- стремиться к дифференциации продукции для максимального удовлетворения нужд и запросов потребителей, что в свою очередь предполагает более высокий уровень цен;
- сфокусировать внимание на конкретных сегментах рынка для удовлетворения нужд и запросов строго ограниченного круга потребителей за счет низкой цены либо высокого качества [6].

Чтобы сформировать и удерживать конкурентное преимущество, вузы должны использовать стратегию, учитывающую реальное положение вещей:

- вузы, конкурентное преимущество которых описывается характеристиками сектора 1 (низкое качество, низкая цена), могут использовать стратегию концентрации на сегменте за счет низкой цены образовательных услуг;
- сектор 2 (высокое качество, низкая цена) – стратегию лидерства по издержкам;
- сектор 3 (высокое качество, высокая цена) – стратегию дифференциации или концентрации;
- сектор 4 (низкое качество, высокая цена) – стратегию дифференциации для большего удовлетворения запросов потребителей.

Заключение. Конкурентная среда определяется параметрами рынка образовательных услуг и степенью влияния на него социально-экономической сферы. Характерными особенностями конкурентной среды на региональных рынках образовательных услуг являются: нарастающая зависимость от демографических процессов; наличие диспропорции между объемом, качеством подготовки квалифицированных специалистов и запросами социально-экономической сферы; отсутствие информационной прозрачности, при которой потребители могли бы получить достоверные сведения о качестве оказываемых им образовательных услуг; аккредитация и лицензирование вуза со стороны государства.

Решение задачи повышения конкурентоспособности вуза в условиях ужесточения рыночной среды и постоянно изменяющихся требований экономики требует повышенного внимания к проблеме поиска конкурентных преимуществ.

Качество образования на современном этапе выступает главным конкурентным преимуществом учебных заведений наряду с ценой. Оценка конкурентоспособности вуза на конкретном сегменте рынка в определенный период времени служит отправной точкой для формирования стратегии повышения конкурентоспособности.

Стратегия лидерства по издержкам означает предоставление образовательных услуг высокого качества и низкой стоимости; стратегия дифференциации – широкий выбор образовательных программ и направлений подготовки; концентрация на сегменте – ориентацию на потребителей для более полного удовлетворения их запросов в части образовательных услуг.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: КНОРУС, 2007. – 405 с.
2. Система стандартов в сфере образования. Система оценки соответствия. Порядок предоставления статусов высшим учебным заведениям: постановление Министерства Образования Республики Беларусь об утверждении и введении в действие руководящего документа от 13.03.2001 г. №8/5201.
3. Гарчук, И.М. Региональные аспекты формирования человеческого потенциала: дис. м-ра экон. наук: 25 80 04 / И.М. Гарчук. – Брест, 2008. – 118 с.
4. Лифиц, И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: учеб. пособие. – М.: Юрайт-Издат, 2004. – 335 с.
5. Фасхиев, Х.А. Оценка конкурентного потенциала и конкурентоспособности высшего учебного заведения / Х.А. Фасхиев, И.М. Гараев – URL: <http://ineka.ru/scitech/>
6. Портер, М. Международная конкуренция. – М., 1993. – 650 с.

Материал поступил в редакцию 17.05.10

GARCHUK I.M. Estimation of competitiveness of high school and a choice of strategy of its increase

Questions of competitiveness of high schools in the conditions of the regional market are considered. The concept of competitiveness of high school and its interrelation with competitiveness of national economy is analyzed. With a view of the analysis of competitiveness of high school the certain sequence of evaluation stages of competitiveness is developed. The nomenclature of criteria for definition of level of competitiveness of regional high school is considered. The technique of an estimation of competitiveness of high school on the basis of priority criteria is offered. On the basis of a quality and price parity the technique of formation of the strategy directed on increase of level of competitiveness is investigated.

УДК 339.138:658

Надеина Н.Г.

ПЕРСПЕКИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ВУЗЕ

Введение. Развитие рыночных отношений в Беларуси предопределяет необходимость более широкого использования теории маркетинга при решении различных практических задач. Значимость маркетинговой деятельности во всех сферах экономики с каждым годом растет. Состояние маркетинга в ведущих странах мира харак-

теризуется развитием новой концепции, которую принято называть маркетингом отношений или маркетингом взаимодействия. Главное ее отличие от предыдущих заключается в формировании долгосрочного сотрудничества с потребителями посредством воздействия на их поведение в процессе совершения покупки и на отношение к

Надеина Надежда Григорьевна, к.т.н., доцент, декан заочного факультета Брестского государственного технического университета. Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.