

Министерство сельского хозяйства и продовольствия
Луганской Народной Республики
Государственное образовательное учреждение высшего образования
Луганской Народной Республики
«Луганский государственный аграрный университет»

На правах рукописи



Попова Инна Владимировна

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление
предприятиями, отраслями, комплексами)

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Экземпляр диссертации идентичен
по содержанию другим
экземплярам, которые были
представлены в диссертационный
совет

Ученый секретарь диссертационного
совета Д 01.001.01
канд. гос. упр., доцент
Кретьова А.В.



Научный руководитель:
доктор экономических наук, профессор
Гончаров Валентин Николаевич

Луганск – 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	14
1.1. Экономическая сущность конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования.....	14
1.2. Организационно-экономические составляющие обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования.....	29
1.3. Мировой опыт оценки и обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования.....	56
Выводы к главе 1.....	84
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ.....	90
2.1. Анализ организационно-экономических составляющих образовательных организаций высшего образования.....	90
2.2. Оценка обеспечения конкурентоспособности образовательной организации высшего образования на основе стратегического подхода.....	111
2.3. Экспертная оценка организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования на основе маркетингового подхода.....	129
Выводы к главе 2.....	151
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	157
3.1. Разработка методики оценки обеспечения уровня конкурентоспособности образовательной организации.....	157
3.2. Организационно-экономический механизм реализации стратегии обеспечения повышения уровня конкурентоспособности организации.....	178
3.3. Формирование коммуникационной политики, ориентированной на обеспечение конкурентоспособности образовательной организации высшего образования.....	196
Выводы к главе 3.....	207

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	211
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	214
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	241
Приложение А. Справки о внедрении результатов исследования.....	242
Приложение Б. Систематизация трактовки понятия «образовательная услуга».....	245
Приложение В. Анализ публикационной активности образовательных организаций в Российской Федерации.....	246
Приложение Г. Распределение контрольных цифр приема по организациям высшего образования Российской Федерации в 2020 году.....	249
Приложение Д. Информация о научной и научно-технической деятельности образовательных организаций (учреждений) высшего образования за 2019 год	251
Приложение Е. Информация о научном и научно-техническом сотрудничестве с зарубежными организациями.....	253
Приложение Ж. Стратегический анализ с помощью модели «Пять конкурентных сил Портера» ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет».....	254
Приложение И. Анализ внешнего окружения ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет».....	258
Приложение К. Зачисленные на обучение по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» за 2017-2020 гг.....	260
Приложение Л. Показатели определения рейтинга научной работы преподавателя структурного подразделения за календарный год.....	263
Приложение М. Анкета для проведения опроса абитуриентов и оценки параметров конкурентного профиля образовательной услуги	267
Приложение Н. Экспертная оценка значимости организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования $K_{ОЭП1}$ и $K_{ОЭП2}$	269
Приложение П. Оценочные показатели организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования.....	272
Приложение Р. Причинно-следственные связи, которые способствуют повышению качества самого процесса обучения на примере ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»..	275
Приложение С. Описание основного процесса «поступление абитуриента».....	276

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В условиях становления экономики Луганской Народной Республики образовательные организации высшего образования (далее – ОО ВО) адаптируются к новым социально-экономическим условиям и вызовам внешней среды. Обострение конкурентной борьбы, вызванное сокращением образовательного пространства из-за военно-политического конфликта, снижение численности потенциальных абитуриентов, переход на российские образовательные стандарты, изменение поведения потребителей образовательных услуг требуют от образовательных организаций использования новых инструментов обеспечения их конкурентоспособности.

Открытость сферы образовательных услуг для внедрения новых технологий, сотрудничество с потенциальными работодателями дополнительно усиливает конкуренцию «производителей» образовательных услуг. Уровень конкурентоспособности на международной арене оценивается с помощью специальных рейтингов по различным организационно-экономическим параметрам образовательной организации. Поэтому, с одной стороны, каждой образовательной организации необходимо понимать свой уровень конкурентоспособности по сравнению с лучшими университетами мира, а также определить свой потенциал, а с другой стороны, у профильного министерства должно быть такое же понимание на отраслевом уровне для формирования соответствующей государственной политики развития данной сферы с разработкой необходимых мероприятий и стратегий. Однако в условиях международной непризнанности образовательных организаций Луганской Народной Республики и в связи с активными интеграционными процессами в российское образовательное пространство необходимо иметь собственный методический подход к оценке организационно-экономического потенциала, позволяющий в стратегической перспективе обеспечить конкурентоспособность

соответствующих организаций и отрасли в целом.

Степень разработанности темы исследования. Классическая теория конкуренции и конкурентоспособности широко исследована такими авторами, как: Г.Л. Азоев, Д.А. Баева, А.Э. Воронкова, И.Л. Дулисова, Л.М. Калашникова, В.В. Котилко, Й.М. Лифиц, М. Портер, А.Ф. Рогачев, И.В. Скопина, Р.А. Фатхудинов, Н.В. Фиров и др.

Результатом работы системы высшего образования становится подготовка высококвалифицированных кадров для экономики государства, и этой проблеме посвящено большое количество научных работ таких ученых, как: И.Ю. Беганская, В.Н. Гончаров, П.С. Гурий, В.В. Дорофиенко, Л.Б. Костровец, Р.В. Ободец, М.Р. Терованесов и др. Относительно проблем развития системы высшего образования как отрасли и отдельных образовательных организаций необходимо отметить работы М.А. Барзаевой, Д.В. Бочкова, Н.В. Ващенко, А.В. Вериги, И.В. Гречиной, В.В. Жильченковой, М.С. Зориной, С.А. Мезенцевой, Л.А. Омелянович, Е.А. Пушкаревой, И.В. Сименко, И.В. Чугункиной, Т.С. Шаталовой.

Проблемам повышения качества образования, применения стратегических и маркетинговых инструментов по обеспечению конкурентоспособности образовательных услуг и соответствующих учреждений посвящено множество работ отечественных и зарубежных ученых, а именно: А.Ю. Александрова, В.Б. Бансловой, А.А. Байгуловой, А.С. Ворониной, С.Б. Ганиевой, В.А. Ганича, С.С. Демцуры, Е.Ю. Дмитриевой, В.О. Кожиной, А.В. Косевича, А.П. Панкрухина, Л.А. Полуяновой, Е.А. Попова, И.Б. Романовой, А.А. Саломатовой, А.В.Фролова, Д.А. Ходиева и др. Несмотря на наличие большого количества исследований в сфере образования и науки, изменение условий внешней среды свидетельствует о том, что обеспечение конкурентоспособности образовательных услуг постоянно требует новых решений и, соответственно, является актуальным.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является разработка методических инструментов по оценке и обеспечению конкурентоспособности

образовательных организаций высшего образования с помощью развития их организационно-экономического потенциала на основе стратегического, маркетингового и методического подходов.

Для достижения данной цели в диссертации поставлены и решены следующие задачи:

рассмотреть теоретические аспекты и экономическую сущность понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования»;

выявить организационно-экономические составляющие, которые обеспечивают повышение конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования;

на основе изучения зарубежного опыта по оценке и повышению уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования систематизировать организационно-экономические составляющие, которые можно адаптировать к условиям Луганской Народной Республики;

провести углубленный анализ организационно-экономических составляющих образовательных организаций высшего образования в Республике для формирования механизма подготовки квалифицированных кадров и развития человеческих ресурсов в системе высшего образования;

оценить обеспечение конкурентоспособности образовательной организации высшего образования с помощью применения стратегического подхода на примере ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» (далее – ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»);

провести оценку организационно-экономического потенциала ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на основе маркетингового подхода, экспертного метода и социологических опросов для формирования конкурентного профиля образовательных услуг;

обосновать методический подход к оценке обеспечения уровня конкурентоспособности ОО ВО, адаптированный к условиям Луганской Народной Республики;

сформировать организационно-экономический механизм и

коммуникационную политику образовательной организации высшего образования, ориентированные на реализацию стратегии обеспечения повышения уровня конкурентоспособности.

Объектом исследования являются процессы управления образовательными организациями высшего образования.

Предметом исследования являются организационно-экономические аспекты обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т. ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами), в частности: п. 1.6.171. «Организационно-экономические аспекты обеспечения конкурентоспособности услуг и предприятий сферы услуг»; п. 1.6.187. «Стратегический подход к управлению предприятием и другими хозяйственными образованиями сферы услуг».

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке методических положений, основанных на стратегическом, маркетинговом и методическом подходах к оценке и повышению уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования Луганской Народной Республики. Основные положения, характеризующие научную новизну, состоят в следующем:

усовершенствованы:

методический подход к оценке обеспечения уровня конкурентоспособности ОО ВО, который, в отличие от существующих, позволяет объективно оценить обеспечение конкурентоспособности соответствующих образовательных организаций, что, в свою очередь, позволяет выстроить приоритеты для повышения отдельных аспектов конкурентоспособности как с позиции самой ОО ВО, так и на уровне единой государственной политики в сфере образования;

организационно-экономический механизм и коммуникационная политика по реализации стратегии обеспечения повышения уровня конкурентоспособности

ОО ВО, которые, в отличие от существующих, используют комплексный подход по выполнению мероприятий в рамках дорожной карты;

получили дальнейшее развитие:

сущность понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования» как способность организации занять свою нишу в конкретном сегменте на рынке образовательных услуг, умение эффективно использовать организационно-экономические составляющие, а также иметь конкурентное преимущество перед другими организациями, удовлетворяя нужды потенциальных потребителей более качественным предоставлением образовательных услуг;

теоретические положения относительно определения организационно-экономических составляющих, которые обеспечивают повышение конкурентоспособности ОО ВО именно в условиях становления экономики Луганской Народной Республики;

систематизация организационно-экономических составляющих, которые используются при оценке уровня конкурентоспособности ОО ВО на международном уровне, а именно: академическая репутация, репутация среди работодателей, соотношение количества студентов и научно-педагогического состава университета, доля иностранцев в научно-педагогическом составе, доля иностранцев в общем числе студентов, число цитирований на одного сотрудника, государственные программы по привлечению иностранных студентов и преподавателей, а также стоимость обучения;

процесс формирования организационно-экономического механизма подготовки квалифицированных кадров и развития человеческих ресурсов через систему высшего образования в части необходимости реализации в стратегической перспективе концепции развития высшего образования Республики, а также разработка алгоритма преодоления несбалансированности образовательной системы с реальными и перспективными потребностями экономики Республики;

процедура оценки обеспечения конкурентоспособности ОО ВО с помощью

стратегического подхода, который предусматривает определенную последовательность применения инструментов стратегического анализа и, таким образом, научно обосновывает применение соответствующего вида стратегии и выбора стратегических альтернатив;

процедура оценки организационно-экономического потенциала ОО ВО на основе маркетингового подхода, экспертного метода и социологических опросов, которая позволяет сформировать конкурентный профиль образовательной организации, а также выявить узкие места в основных процессах предоставления образовательной услуги.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическое значение полученных результатов определяется достигнутым уровнем разработанности исследуемой проблемы, научной новизной и заключается в систематизации и углублении существующих стратегических, маркетинговых и методических подходов к обеспечению уровня конкурентоспособности ОО ВО.

Практическое значение полученных результатов заключается в том, что предложенный методический подход к оценке обеспечения уровня конкурентоспособности ОО ВО обоснован в ходе исследования и доведен до уровня конкретных практических предложений для профильного министерства в части разработки государственной политики в сфере образования. Также сформированные организационно-экономический механизм и коммуникационная политика позволят эффективно реализовывать стратегии повышения уровня конкурентоспособности ОО ВО в условиях Луганской Народной Республики.

Диссертация является завершенным научным исследованием, которое выполнено в соответствии с тематикой научно-исследовательских работ кафедры экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами в АПК ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»; в частности, в рамках темы: «Организационно-экономическое обеспечение развития предприятий АПК в современных условиях хозяйствования» (2019-2021 гг.) автором систематизированы организационно-экономические аспекты, которые влияют на повышение уровня конкурентоспособности организации.

Применение методики оценки уровня конкурентоспособности ОО ВО на основе предложенной иерархической структуры обобщенных, интегрированных, групповых и единичных показателей деятельности позволило определить уровень конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля». Результаты такого исследования дают возможность научно-обосновано формировать приоритеты по обеспечению достижения отдельных показателей деятельности университета в стратегической перспективе (справка от 11.01.2021 № 108-115-18/84).

Детальный анализ организационно-экономического потенциала ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» позволил скорректировать планы работы отдела маркетинга, принять дорожную карту коммуникационной политики, ориентированную на продвижение образовательных услуг, формирование объективного представления о заведении и поддержание объективного имиджа университета (справка от 01.12.2020 № 1/3499).

Также результаты исследования используются в учебном процессе Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный аграрный университет» (справка от 25.11.2020 № 01/3073).

Справки о внедрении результатов исследования размещены в Приложении А.

Методология и методы исследования. Теоретико-методической основой исследования являются классические положения теории развития отраслей и комплексов, работы отечественных и зарубежных ученых в сфере развития рынка образовательных услуг, оценки организационно-экономических составляющих и обеспечения уровня конкурентоспособности ОО ВО.

Для реализации поставленной цели и задач научного исследования были использованы следующие общенаучные методы: анализ, синтез, обобщение, индукция, дедукция. Также использовались теоретические методы для решения задач первой главы, а именно: обобщение – при решении задачи по определению экономической сущности конкурентоспособности ОО ВО; рефлексия,

классификация и абстрагирование – при выявлении организационно-экономических составляющих и изучении международного опыта по обеспечению повышения уровня конкурентоспособности ОО ВО. Эмпирические методы исследования применялись при решении аналитических и практических задач второй и третьей главы, а именно: сравнение, наблюдение, экспертные оценки и социологические опросы – при оценке обеспечения конкурентоспособности и организационно-экономического потенциала ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»; математические методы, стратегический и методический подходы – при разработке методики оценки уровня конкурентоспособности и формирования организационно-экономического механизма и коммуникационной политики ОО ВО.

Для обработки экономической информации, построения таблиц, диаграмм, рисунков, схем использованы современные компьютерные технологии и пакеты прикладных программ Microsoft Office®.

Информационную базу исследования составили нормативные правовые и отчетные документы министерств и ведомств Луганской Народной Республики, материалы Главного управления статистики Луганской Народной Республики, аналитические издания, электронные ресурсы, периодические научные издания, монографии и другие открытые источники, а также данные, собранные и обработанные соискателем в ходе решения научных задач диссертации.

Положения, выносимые на защиту:

1. Сущность понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования».
2. Теоретические положения по определению организационно-экономических составляющих, которые обеспечивают повышение конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования, адаптированных к условиям экономики Луганской Народной Республики.
3. Систематизация организационно-экономических составляющих, которые используются при оценке уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования.

4. Описание процесса формирования организационно-экономического механизма подготовки квалифицированных кадров и развития человеческих ресурсов через систему высшего образования.

5. Процедура оценки обеспечения конкурентоспособности ОО ВО с помощью стратегического подхода.

6. Процедура оценки организационно-экономического потенциала ОО ВО на основе маркетингового подхода, экспертного метода и социологических опросов.

7. Методический подход к оценке обеспечения уровня конкурентоспособности ОО ВО.

8. Организационно-экономический механизм и коммуникационная политика по реализации стратегии обеспечения повышения уровня конкурентоспособности ОО ВО Луганской Народной Республики.

Степень достоверности и апробации результатов. Достоверность и обоснованность научных результатов подтверждается соответствующей информационной базой, использованием базовых положений экономической теории отраслей и комплексов, современных научных подходов и корректным использованием современных средств и методик проведения исследований, относящихся к объекту и предмету исследования.

Вклад автора в коллективно опубликованные работы конкретизирован в списке работ, опубликованных по теме диссертации. Основные положения и результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на международных конференциях: II международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых «Маркетинг XXI столетия: проблемы и стратегии развития» (г. Луганск, 2016 г.); международной научно-практической конференции «Россия и мир XXI века в зеркале социально-гуманитарных исследований» (г. Воронеж, 2017 г., 2020 г.); XIII международной научно-практической конференции «Научный диалог: Экономика и менеджмент» (г. Санкт-Петербург, 2018 г.); XIII международной научно-практической конференции «Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы,

перспективы» (г. Пинск, 2019 г.); I международной научно-практической конференции «Perspectives of World Science and Education» (г. Осака, 2019 г.); международной научно-практической конференции «Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов» (г. Донецк, 2019 г.); IV международной научно-практической конференции «Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий» (г. Донецк, 2020 г.).

Публикации. По теме диссертации опубликовано 19 научных работ, в том числе: 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 4 статьи в других изданиях, 8 работ апробационного характера. Общий объем опубликованных научных работ составляет 6,9 п.л., из них 5,4 п.л. принадлежит лично автору.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

1.1. Экономическая сущность конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования

В современном обществе конкуренция представляет собой прогрессивную движущую силу развития рыночной экономики. Она выступает обязательным условием, обеспечивающим эффективное функционирование механизма саморегулирования рыночной экономической системы. Что же касается конкуренции применительно к рынку образовательных услуг, то, по мнению Е.Е. Кузьминой «...это соперничество за потребителей между образовательными учреждениями, стремящимися к достижению одной и той же цели – подготовке высококвалифицированных специалистов, востребованных на рынке труда...» [82, с. 137].

Конкурентами на рынке образовательных услуг в современных условиях еще становятся и бизнес-тренера, преподаватели и практики в рамках определенных информационных площадок и блогов.

В результате военно-политического конфликта на территории Луганской Народной Республики образовательные организации высшего образования (ОО ВО) столкнулись с тем, что на рынке образовательных услуг предложение превалирует над спросом. Этому есть ряд объективных причин, одна из которых – демографический спад. В такой непростой ситуации условия диктуют потребители образовательных услуг [11].

Конкурентоспособность можно определить, как «...комплекс

управленческих и маркетинговых действий, используемых для эффективного достижения целей и задач предприятия, позволяющих ему занять прочные позиции в борьбе с конкурентами...» [75, с. 48].

Г.Л. Багиев определение конкурентоспособности сводится к «...реальной и потенциальной способности с учетом имеющихся возможностей проектировать, изготавливать и реализовать в конкретных условиях товары, по своим потребительским и стоимостным характеристикам, которые в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов...» [13, с. 254].

Длительное время теория, практика, сама сущность конкурентоспособности высшего образовательного учреждения и подходы к ее обеспечению оставались недостаточно разработанными. За последнее время эти проблемы существенно преодолены как отечественными, так и зарубежными учеными.

Тем не менее, остается много дискуссионных вопросов относительно определения понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования» или «высшего образовательного учреждения», ее оценивания. Несмотря на то, что конкурентоспособность образовательных организаций высшего образования связана с экономической конкурентоспособностью, на сегодня имеют место много нерешенных вопросов относительно путей обеспечения их конкурентоспособности. В этой важной, на наш взгляд, сфере деятельности также не стандартизирована терминология. Многие суждения носят лишь теоретический и абстрактный характер, не применяя при этом практические разработки.

На сегодняшний день в определении понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования» можно выделить несколько составляющих. По мнению С.В. Капитанец, такая конкурентоспособность представляет собой способность ОО ВО обеспечить надлежащее качество подготовки специалистов по направлениям и специальностям, способность студентов овладеть необходимыми профессиональными знаниями, умениями, навыками, способностями работодателей реально оценить подготовленность выпускников к соответствующей профессиональной деятельности [6, с. 4].

С.А. Мохначев определяет «конкурентоспособность высшего образовательного учреждения», как его настоящие и потенциальные способности (возможности), которые необходимы ему для оказания соответствующего уровня образовательных услуг. Данные возможности необходимы учреждению для обеспечения потребностей рынка в высококвалифицированных специалистах, а также в разработке научно-технической продукции, ориентированной на совершенствование процессов в рамках хозяйствующих субъектов на стратегическую перспективу [96, с. 67].

Коллектив авторов, а именно: Н. Моисеева, Н. Пискунова, Г. Костин считают, что «конкурентоспособность образовательного учреждения» – это фактор, который, в основном, зависит от имиджа образовательного учреждения. Его определяют следующие показатели: общая известность и репутация, скорость реагирования на изменения спроса потребителей (абитуриентов и работодателей), инновационный потенциал и его реализация, престиж специальностей, рекламная политика, уровень зарубежных связей, финансовая обеспеченность, конкурентный статус [94, с. 80].

Р.А. Фатхутдинов отмечает, что конкурентоспособность высшего образовательного учреждения – это его способность, в первую очередь, готовить специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу на конкретном внешнем и внутреннем рынке труда. Во-вторых, умение разрабатывать конкурентоспособные новшества в своей сфере деятельности. В-третьих, вести эффективную воспроизводственную политику по всем направлениям своей деятельности [185, с. 37-38].

Есть свое видение трактовки понятия «конкурентоспособность высшего образовательного учреждения» у Е.Е. Кузьминой, где конкурентоспособность характеризуется способностью осуществлять подготовку высококвалифицированных конкурентоспособных специалистов, востребованных на рынке труда. При этом конкурентоспособность учреждения можно также определить как способность:

– разрабатывать конкурентоспособные образовательные услуги;

– вести эффективную воспроизводственную политику во всех сферах своей деятельности [82, с. 140].

Детально изучив трактовки понятия «конкурентоспособность высшего образовательного учреждения» в трудах ученых, можно сделать вывод о том, что в отличие от определений конкурентоспособности объекта, предприятия данное понятие должно учитывать принципиальные, специфические особенности образовательного учреждения, заключающиеся во взаимосвязи с внешней маркетинговой средой, к которой относятся рынки образовательных услуг и труда.

Проведенное исследование позволило систематизировать подходы ученых к определению понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования». Результаты систематизации приведены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Систематизация подходов ученых к определению понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования» [подготовлено автором на основании изучения источника [6; 82; 94; 96; 185]]

Авторы	Суть подхода
С.В. Капитанец	Обеспечение надлежащего качества подготовки специалистов
С.А. Мохначев	Выявление настоящих и потенциальных способностей (возможностей) по оказанию соответствующего уровня образовательных услуг
Н. Моисеева, Н. Пискунова, Г. Костин	Формирование положительного имиджа образовательного учреждения
Р.А. Фатхутдинов	Внедрение инноваций в образовательный процесс. Осуществление эффективной воспроизводственной политики
Е.Е. Кузьмина	Обеспечение надлежащего качества подготовки специалистов. Внедрение инноваций в образовательный процесс. Осуществление эффективной воспроизводственной политики

Многие авторы сходятся во мнении о том, что для успешного функционирования на рынках образовательных услуг и труда, в условиях конкуренции, образовательным организациям высшего образования необходимо обеспечивать надлежащее качество подготовки будущих специалистов в разных сферах деятельности, а также внедрять в образовательный процесс инновационные методы подготовки, которые существенно повысят рейтинг

образовательных учреждений. Конечно, реализуя данные программы, учреждениям просто не обойтись без качественно подобранного, квалифицированного профессорско-преподавательского состава (далее – ППС). На наш взгляд, это основа успешной деятельности любого образовательного учреждения. Для того чтобы идти в ногу со временем, помимо квалификации сегодня образовательным учреждениям высшего образования нужны талантливые и целеустремленные люди, умеющие как видеть актуальные проблемы, так и предлагать пути их наилучшего решения. Благодаря таким людям учреждение станет центром устойчивого развития всего региона, а также получит известность далеко за его пределами. В свою очередь, знания и опыт профессорско-преподавательского состава и научных сотрудников будут обеспечивать удовлетворение потребностей граждан и общества в качественном высшем и дополнительном профессиональном образовании. Это поможет выпускникам быть конкурентоспособными длительный период времени как на региональном, так и на мировом рынке труда.

Далее, на основе анализа и обобщения приведенных выше определений понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования» в трудах ученых, считаем возможным уточнить его, как комплексную характеристику рыночных позиций образовательного учреждения высшего образования, которая включает в себя ряд действующих и потенциальных возможностей, что позволит ему выгодно отличаться от конкурентов и занимать лидирующие позиции на рынках образовательных услуг и труда в долгосрочной перспективе.

К действующим и потенциальным возможностям образовательной организации высшего образования можно отнести:

- подбор квалифицированного профессорско-преподавательского состава;
- обеспечение качественной подготовки будущих специалистов;
- внедрение в образовательный процесс инновационных методов обучения;
- совершенствование образовательных программ на основе требований работодателей;

- мониторинг рынков образовательных услуг и труда;
- совершенствование маркетинговой деятельности учреждения;
- взаимовыгодное сотрудничество с партнерами как на региональных, так и на международных рынках образовательных услуг и труда.

Важным является формирование перечня критериев, на основании которых должен быть определен уровень конкурентоспособности образовательной организации высшего образования.

Для образовательных организаций высшего образования следует считать привлекательность рынка образовательных услуг, обобщенный рейтинг учреждений в системе высшего образования, востребованность выпускников данных учреждений рынком труда, играющие роль обобщенных показателей. Классификация критериев первого порядка конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования приведена в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Классификация критериев конкурентоспособности образовательного учреждения высшего образования [составлено автором на основании исследований отечественных ученых [3; 5; 26; 48; 83; 173; 190]

Направление классификации	Критерий конкурентоспособности
По видам образовательных услуг, которые удовлетворяют потребности рынка труда	Востребованность выпускников по определенным специальностям и определенного учреждения высшего образования на рынке труда. Общий рейтинг образовательного учреждения высшего образования. Привлекательность и перспективность рынка образовательных услуг с позиции абитуриентов
Количественные характеристики	Объем лицензионного набора по определенным специальностям. Фактический объем набора на специальности. Обеспечение специальностей базами практик. Количество трудоустроенных по отношению к количеству выпускников образовательной организации. Количество отчисленных обучающихся. Уровень стоимости по контрактной форме обучения. Объем государственного заказа (контрольные цифры приема). Стоимость основных и производственных фондов. Объем финансирования инновационных разработок в образовании. Количество инновационных лабораторий (технопарки, бизнес-инкубаторы)
Характеристика внутренней системы	Качественные показатели профессорско-преподавательского состава (половозрастная структура, остепененность, индексы цитирования)

Далее рассмотрим факторы, которые влияют на уровень конкурентоспособности образовательной услуги. За основу взята модель, предложенная М. Портером [130], где рассматриваются пять движущих сил конкуренции и адаптируем ее к рынку образовательных услуг, также добавим специфические факторы на основе исследований отечественных ученых [55; 195] (рисунок 1.1).



Рисунок 1.1 – Ключевые факторы, которые оказывают влияние на уровень конкурентоспособности образовательной организации высшего образования [составлено автором на основании источника [8]]

Для того чтобы в долгосрочной перспективе занимать лидирующие позиции на рынке образовательных услуг, образовательной организации высшего образования необходимо производить такой продукт (услугу), которым стабильно

будут пользоваться потенциальные потребители. Это значит, что данный продукт должен быть более качественным, чем аналогичный, или схожий по потребительским свойствам, созданный другими учреждениями в сфере образовательных услуг. Вкладывая деньги, потребитель рассчитывает взамен получить более качественное образование, которое позволит ему быть конкурентоспособным на рынке труда, а также будет способствовать продвижению его в будущем по карьерной лестнице.

При определении уровня конкурентоспособности образовательных учреждений высшего образования следует учитывать специфику процесса управления качеством услуг, связанную с особенностями предоставления услуг, в том числе образовательных. По мнению Ф. Котлера [80], качество услуги включает в себя: надежность, отзывчивость, убежденность, сострадание, материальность.

Анализ факторов и критериев качества услуг с учетом особенностей предоставления услуг, именно в сфере высшего образования, сформирован перечень критериев третьего порядка, к которым отнесено наиболее эффективное средство повышения конкурентоспособности образовательной организации высшего образования – постоянное предложение более качественных, по сравнению с конкурентами, образовательных услуг. Классификация критериев качества образовательных услуг представлена в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Критерии качества услуг образовательных учреждений высшего образования [составлено автором на основании изучения источников [70; 101; 106; 167]]

Критерий качества	Суть критерия
1	2
Информационно-коммуникационное обеспечение основных бизнес-процессов	Внешние коммуникации: активность общения с другими субъектами образовательного рынка, рынка труда, представителями общественности; возможность получать и посылать сообщения и сигналы в адрес потенциальных потребителей образовательных услуг. Внутренние коммуникации: прозрачность информационных потоков между подразделениями высшего образовательного учреждения

Продолжение таблицы 1.3

1	2
Уровень доступности образовательной услуги	Возможность получить образовательную услугу при наличии желания и потребности в этом. Имеется в виду как финансовая возможность потребителей, так и географическая доступность, которая зависит от местонахождения и территориального расположения высшего образовательного учреждения
Имидж образовательной организации на рынке труда и общественности	Положительный имидж ОО ВО в глазах широкой общественности и работодателей; уровень доверия в данной ОО ВО среди потенциальных потребителей образовательных услуг; авторитет и признание его позиций на образовательном рынке среди конкурентов и в государстве
Безопасность	Наряду с физической безопасностью получения образовательной услуги это еще и социальный климат, в котором осуществляется процесс обучения, проводятся воспитательные мероприятия, а также проходит сама жизнь потребителя образовательных услуг. Патриотическое воспитание и соблюдение установленных норм поведения в обществе
Надежность	Уверенность в долговечности того набора знаний, с которыми выпускник останется после окончания ОО ВО; так называемая «гарантия» на качество умений и навыков, предоставляемая своему потребителю, возможность пролонгировать степень своей образованности, чтобы уровень квалификации, полученный в результате обучения, отвечал бы современным условиям труда и был актуальным как можно больший период времени и не требовал бы быстрого его повышения (ближайшие 5 лет). Умение обновлять знания благодаря приобретенным методическим основам самообучения
Знания	Содержание образовательной услуги, программы обучения, а главное – тот перечень специальностей и направлений подготовки, составляет ассортимент образовательных услуг, с которым ОО ВО выходит на свой целевой рынок
Корпоративная культура	Вежливость, уважение, взаимная поддержка, доброжелательность и воспитанность персонала образовательного учреждения при предоставлении образовательных услуг
Компетентность персонала	Профессиональный уровень и квалификация профессорско-преподавательского состава
Реакция сотрудников	Поведение учебно-вспомогательного персонала как в стенах учебных корпусов ОО ВО, так и в библиотеках, общежитиях, столовых и т.д.
Материально-техническое обеспечение	Материальное обеспечение, поддерживающее предоставления образовательных услуг. Материально-техническая база ОО ВО, а именно: количество зданий и сооружений, оснащение учебных корпусов и аудиторий, состояние лабораторий и оборудования, уровень компьютеризации, наличие комфортабельных общежитий, заведений общепита, спортивно-оздоровительных центров и тому подобное

С помощью обозначенных в таблице 1.3 критериев качества услуг можно осуществлять четкий анализ образовательной деятельности организации в

системе высшего профессионального образования и выявлять конкурентные преимущества каждого образовательного учреждения.

Интересны методические подходы к оценке качества образовательной услуги с позиции самих потребителей услуги, рассмотренные в трудах М.В. Киселевой [70, с. 142-147] и Н.Н. Саяпиной [167, с. 90-94], когда сами обучающиеся образовательной организации по определенным критериям оценивают уровень качества образовательной услуги. Причем критерии включают в себя три группы: стиль поведения профессорско-преподавательского состава; материальная, информационная и социально-культурная база организации; престижность образовательной организации и получаемой специальности. Такие группы, по сути, являются организационно-экономическими составляющими образовательной услуги. Причем оценки выставляются в трех уровнях: ожидание, восприятие и значимость. Далее соотношение таких оценок позволяет выделить сильные и слабые стороны самой образовательной организации. Однако данная методика не в полной мере учитывает оценки качества услуг с позиции работодателей и рынка труда в целом.

Для получения объективной сравнительной информации о деятельности конкурентов и принятия соответствующих обоснованных управленческих решений необходимо ориентироваться на стимулирование повышения качества функционирования высшего учебного заведения как «производителя» образовательных услуг, а также оценивать уровень их конкурентоспособности.

Для оценки конкурентоспособности продукции и услуг в соответствии с определенными принципами и признаками классификации существуют различные методы, которые позволяют повысить точность оценки, учесть интересы субъектов рынка, унифицировать процедуру оценки.

В то же время Т.С. Панфилова и Е.Г. Норова [125, с. 32-38], анализируя существующие подходы к оценке конкурентоспособности предприятия, отмечают, что отсутствует единый комплексный подход к ее оценке, отсутствует проработанная система показателей оценки конкурентоспособности с учетом отраслевой принадлежности, характер зависимостей факторов только

констатируется, но не определяется количественно.

Как показал анализ литературных источников, наиболее приемлемым для оценки обеспечения высокого уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования следует считать подход, используемый в модифицированной матрице Нильсена [57, с. 44], в которой автором рекомендовано внести:

а) качественную оценку трех групп коммерческого успеха и дополнить количественной 100-балльной оценкой;

б) конкурентоспособность будет определяться с учетом коэффициентов весомости показателей обеспечения конкурентоспособности образовательной услуги (таблица 1.4).

К недостаткам приведенной модифицированной матрицы следует отнести то, что она не охватывает варианты с интегрированными показателями.

Таблица 1.4 – Усовершенствованная матрица Нильсена для оценки обеспечения конкурентоспособности образовательной услуги [составлено автором самостоятельно]

Критерии конкурентоспособности	Коэффициент весомости показателя (0...1)	Оценка критерия конкурентоспособности по отношению к образовательной услуге конкурента в баллах		
		Низкий уровень (0...≤ 40)	Средний (41...≤ 70)	Высокий (71...≤ 100)
Качество, в т.ч.:				
- имидж				
- информативность				
- соответствие образовательной программы требованиям рынка труда;				
Стоимость обучения				
Количественные показатели, в т.ч.: ...				

С.В. Данилова [48, с. 117-126] рассматривает целую систему комплексных показателей конкурентоспособности образовательной организации в виде средневзвешенных арифметических показателей по таким составляющим, как

ценовые, качество обучения, имидж, востребованность выпускников.

Недостатком приведенной методики является то, что оценку конкурентоспособности предлагается осуществлять по слишком упрощенной схеме и с использованием линейной зависимости. Методика может давать большие погрешности, поскольку процессы в экономике многоплановые и не подчиняются строго линейным законам.

На основе анализа существующих методов оценки конкурентоспособности образовательной услуги предложена его структура, представленная в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Структура метода оценки уровня обеспечения конкурентоспособности образовательной услуги [составлено автором на основе изучения исследований [32-34; 157]]

Составляющая метода	Описание
Признаки метода	Методы, параметры оценки, агрегированные показатели оценки (международная конкурентоспособность, научно-практическая, финансово-экономическая и образовательная деятельность, уровень развития инфраструктуры), этапность и периоды оценки
По направлению исследования	Экспертные, аналитические, статистические, маркетинговые
Форма предоставления данных	Графические и табличные
Принципы	Объективность в оценках, открытость и достоверность данных, технологичность, эталонность
Построение профиля конкурентоспособности	Разработка механизма формирования конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования

В дальнейшем при оценке уровня обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования предлагается использовать все приведенные в таблице 1.5 принципы, направления исследований и формы представления данных.

В количественной оценке конкурентоспособности образовательных организаций в рамках отдельной отрасли важно обеспечить расчет обобщенного показателя, который характеризует уровень обеспечения конкурентоспособности. Так, в работе И.М. Лифица [84] под уровнем обеспечения конкурентоспособности продукта понимается относительная количественная характеристика способности продукции удовлетворять требования конкретного

рынка по сравнению с продукцией конкурентов. Уровень конкурентоспособности определяется соотношением интегрального показателя, продукции, которая оценивается к такому же показателю. Причем такой показатель рассчитывается как соотношение показателя качества к цене потребления. Следовательно, повышение уровня качества на рынке образовательных услуг позволит обеспечить высокий уровень конкурентоспособность образовательной организации и удовлетворить потребности и интересы потребителей.

Из двух составляющих конкурентоспособности образовательных организаций потребитель, как правило, отдает предпочтение качеству. Но в отдельных случаях он на первое место ставит цену, особенно когда дестабилизируется ситуация в экономике, снижается уровень и качество жизни населения. Одна из причин заключается в идентичности по качеству товаров (услуг), которые сравниваются. Другая причина связана с уровнем доходов населения. Примером приоритета цен является поступление определенной части малообеспеченных слоев населения по договорам в те высшие учебные заведения, цены за обучение в которых невысокие. Цена потребления отражает полные расходы потребителя за все время пользования услугой, что и определяет экономическую сущность конкурентоспособности образовательной услуги и соответствующего учреждения.

С целью обеспечения высокого уровня конкурентоспособности продукта коллектив авторов [56, с. 64-66] наиболее полно сформулировал восемь возможных стратегий изменения цены:

1. При сохранении уровня цены повышается качество, то есть максимизация качества продукции при заданном уровне затрат. Реализуется в условиях жесткой конкуренции.
2. Повышается качество за счет новых материалов, но при этом собственник пытается получить более высокую цену.
3. Повышается цена без повышения качества. Такая стратегия характерна для монополистов.
4. Повышается цена при снижении качества. Стратегия реализуется при

остром дефиците товара и услуг на рынке.

5. Снижается качество при том же уровне цен.

6. Снижается цена за счет маржи.

7. Повышается конкурентоспособность за счет снижения цены при сохранении качества, то есть речь идет о минимизации затрат при заданном уровне качества. Реализуется в условиях жесткой конкуренции.

8. Повышается качество при одновременном снижении цен на основе инновационных технологий, автоматизации процессов.

Наиболее приемлемыми для успешного функционирования образовательной организации на соответствующем рынке при реализации стратегии конкурентных преимуществ представляются варианты 1 и 2, предусматривающие, прежде всего, максимизацию качества продукции (услуг). Понятие конкурентоспособности в сфере услуг отражено в работах многих зарубежных авторов: М. Портера [130], Ф. Котлера [79], Ж. Ламбена, Д. Окленда, Д. Дотчина [207] и др. Далее, анализируя и структурируя изученные понятия и определения конкурентоспособности в сфере услуг, можно обобщить определение «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования». Это способность организации занять свою нишу в конкретном сегменте, на рынке образовательных услуг, умение эффективно использовать организационно-экономические составляющие, а также иметь конкурентное преимущество перед другими организациями, удовлетворяя нужды потенциальных потребителей более качественным предоставлением образовательных услуг. То есть конкурентоспособность образовательной услуги – это комплекс потребительских, ценовых и качественных характеристик данной услуги, определяющий ее успех на внутреннем и внешнем рынке.

Рассмотрение вопроса создания и удержания конкурентных преимуществ предполагает анализ отношений и, соответственно, взаимодействие трех субъектов рыночной среды. Первый субъект – это организация, продвигающая на рынок услугу, второй субъект – это потребитель, который может воспользоваться данной услугой, а может и нет. Третий субъект – это конкуренты, которые могут

предложить на рынок продукт аналогичного качества. Главным в этом треугольнике является потребитель. Поэтому и конкурентные преимущества продукта (услуги) – это та ценность для потребителя, побуждающая его воспользоваться данной услугой. Также следует добавить и четвертого субъекта – регулятор на рынке образовательных услуг (профильное министерство), который устанавливает определенные условия для функционирования образовательных организаций (выдает лицензии и проводит их аккредитацию).

Поскольку в работах зарубежных и отечественных исследователей [21; 69; 71; 74; 128; 165; 209; 212] существенно различается определение уровня обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования, то предлагается обобщить данные исследования таким образом: для эффективной деятельности образовательной организации высшего образования, принятия оптимальных управленческих, организационных, экономических решений и проведения стратегического анализа для выявления конкурентных преимуществ предлагается определять уровень обеспечения конкурентоспособности образовательной организации на основе комплексной оценки уровня привлекательности рынка образовательных услуг, обобщенного рейтинга образовательной организации среди других подобных организаций и уровня востребованности выпускников данной организации рынком труда. В свою очередь, конкурентные преимущества целесообразно определять на основе количественной оценки привлекательности рынка образовательных услуг в рамках определенной территории (город, район, государство). Кроме того, с целью всестороннего и объективного оценивания деятельности и определения позиций среди конкурентов обобщенный рейтинг образовательной организации должен состоять из рейтингов в регионе, отраслевой группе и государстве.

Возможность получения конкурентных преимуществ и обеспечение конкурентоспособности образовательной организации высшего образования влияет на совокупность стратегических элементов, среди которых главным является образовательная услуга и ее качество.

1.2. Организационно-экономические составляющие обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования

Целью высшего образования, согласно статье 68 Закона «Об образовании» Луганской Народной Республики, является «...обеспечение подготовки высококвалифицированных кадров по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии, углублении и расширении образования, научно-педагогической квалификации...» [92; 107].

В качестве организационно-экономической составляющей в обеспечении конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования можно выделить стратегические и маркетинговые инструменты, направленные на удовлетворение не только потребностей и интересов потребителей, но и на обеспечение благосостояния, как отдельного потребителя, так и общества в целом. А в условиях неопределенности внешних факторов и ограниченных возможностей государства относительно финансирования образовательных организаций, обозначенные инструменты становятся источником получения достоверной информации о внешней среде.

В странах с развитой рыночной экономикой стратегия и маркетинг играют существенную роль, так как они предполагают гибкость организационных форм управления, постоянный поиск путей эффективного удовлетворения спроса потенциальных потребителей. Маркетинг базируется не на утвержденных сверху плановых заданиях а, прежде всего, на глубоком изучении объективной информации о рынке и реальных требований потребителей.

Образовательные организации в системе высшего образования, создавая конкурентоспособные образовательные услуги, повышая их ценность для потребителя, стараются одержать победу в конкурентной борьбе и занять

достойное место на рынке образовательных услуг. На сегодняшний день это невозможно без помощи маркетинга в образовательной сфере, так как необходимо активно применять маркетинговые методы и инструментарий: постоянно изучать спрос и предложение на рынке труда и образовательных услуг, формировать сбалансированный товарный портфель, предлагать лишь адекватные запросу потребителей и качеству образовательных услуг цены, осуществлять гибкую коммуникационную политику. Маркетинговая деятельность в сфере высшего образования, ее внедрение, этапы становления, динамика развития обусловлены потребностями социально-экономического развития общества в целом и высшей школы в частности.

Образовательные услуги в современном обществе являются приоритетной сферой социально-экономического, духовного и культурного развития общества, и рассматриваются как одна из наиболее перспективных сфер экономики. Тенденция роста спроса на образовательные услуги высшей школы имеет место во всем мире и по оценкам специалистов объем спроса и предложения образовательных услуг растет слишком существенно, особенно в высшем и последипломном образовании. В Европейском пространстве темп роста на данные услуги остается стабильно высоким и достигает 10-15% в год [196, с. 60-67]. В России даже с учетом дополнительного потока абитуриентов из других стран СНГ рынок оценивается в виде объемов его финансирования как за счет государства (бюджетное финансирование), так и частными лицами по контрактной форме обучения в размере 351,3 млрд руб. [126, с. 1-4]. На рисунке 1.2. представлена динамика финансирования рынка высшего образования в России 2016-2021 гг. по принципам нормативно-подушевого финансирования (НПФ).

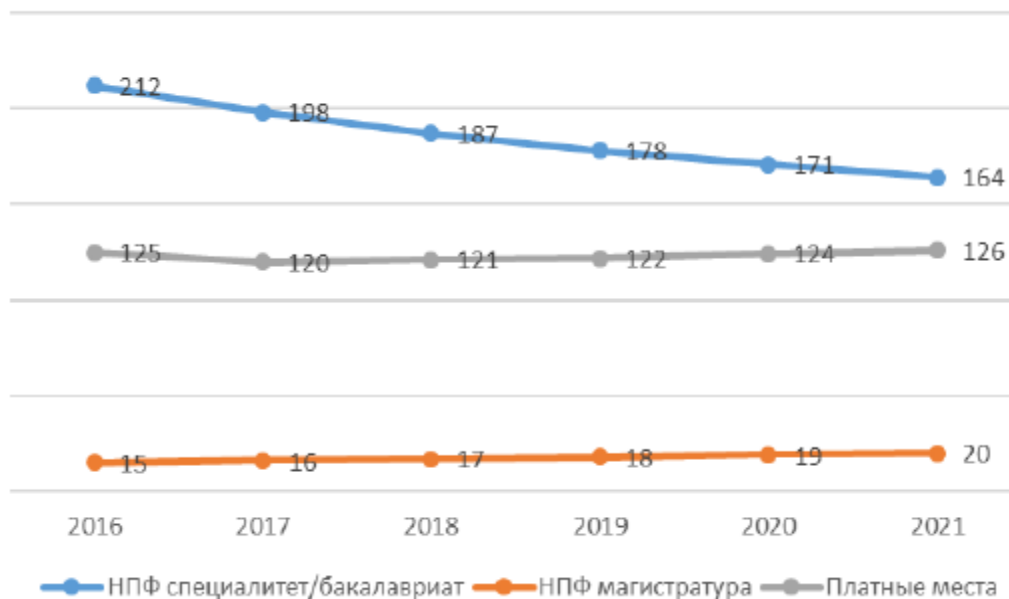


Рисунок 1.2 – Динамика финансирования рынка высшего образования в России 2016-2021 гг., млрд руб. [сформировано по материалам источника [126, с. 2]]

В современных условиях получение высшего образования является одной из основных форм интеллектуального, культурного, духовного, социального и экономического развития общества. Именно поэтому ОО ВО приходится постоянно модифицировать и корректировать как процесс предоставления образовательных услуг, так и, собственно, образовательные услуги с целью их наибольшего соответствия потребностям и требованиям общества. При этом известно, что до настоящего времени наиболее эффективным средством определения и исследования общественных потребностей, запросов и требований являются организационные составляющие, такие как проведение опросов потребителей и маркетинговые исследования. Причем в данные составляющие входят и оценка имиджа, уникальность образовательных программ, профессиональных кадров, методик изложения дисциплин и пр. Это позволяет утверждать, что процесс обеспечения конкурентоспособности образовательной организации является одним из главных шагов к более качественному и профессиональному предоставлению образовательных услуг потребителю.

ОО ВО, создавая конкурентоспособные образовательные услуги, повышая их ценность для потребителя, пытаются обеспечить свой высокий уровень конкурентоспособности. Это невозможно без помощи организационных составляющих.

Однако сложившаяся ситуация с образовательными услугами в условиях нестабильности внешнего окружения, а именно военно-политическим кризисом в Луганской Народной Республике, значительно уменьшил образовательное пространство, в результате чего уменьшился и контингент поступающих в те организации высшего образования, которые ранее были рассчитаны на значительно большее количество абитуриентов со всей Луганской и Донецкой областей. Еще больше снизило уровень конкурентоспособности образовательных услуг в ЛНР и ДНР два фактора – это отток квалифицированного преподавательского состава и официальная непризнанность дипломов о высшем образовании в мировом масштабе, кроме Российской Федерации и стран с частичным признанием (Южная Осетия, Абхазия). В таких условиях необходимы немного другие инструменты и подходы, которые постепенно должны адаптироваться к жестким социально-экономическим условиям, в которых находятся ЛНР и ДНР.

Исходя из вышеизложенного, необходимо определить организационные составляющие в сфере обеспечения конкурентоспособности услуги высшей образовательной организации в условиях ЛНР.

Для успешной деятельности в условиях конкуренции на рынке образовательных услуг, «...для оценки потенциального спроса современным ОО ВО в рамках организационной составляющей по повышению своей конкурентоспособности следует обратиться к маркетинговым методам исследования рынка. Цель маркетинговых исследований заключается в выявлении перспективных потребностей, оценке степени их удовлетворения и прогнозирования потребительского поведения...» [11]. Анализ спроса на образовательные услуги дает возможность оценить перспективы специальностей и, соответственно, сформировать учебные программы, а также найти

оптимальные пути функционирования образовательной организации высшего образования. Ответной реакцией на усиление конкуренции между субъектами образовательной деятельности должна стать переоценка и корректировка стратегии развития, которую разрабатывает каждая образовательная организация.

Развитие рыночной экономики сопровождается серьезными изменениями в условиях функционирования образовательных организаций высшего образования как с точки зрения изменения его отношений с внешним окружением, так и с точки зрения внутренней деятельности. Чтобы эти изменения оказались успешными, необходимо создание нового организационно-экономического механизма жизнедеятельности данных организаций, прежде всего обоснование подходов к формированию такого механизма, а также определение основных направлений перестройки организационной составляющей.

С точки зрения маркетинга важно уточнить, какие потребности удовлетворяют образовательные услуги. Учитывая это, В.Б. Банслова указывает на удовлетворение трех видов потребностей, а именно: личных, групповых в виде запросов работодателей и общественных в виде условий, которые создает государство [16]. По мнению А.С. Ворониной [35, с. 408-412], образовательные услуги – это вся совокупность видов воспитания и образования, которые предоставляются широкой сетью государственных и муниципальных учреждений, а также негосударственными образовательными учреждениями.

В. Галичин так определяет сущность образовательной услуги: «...это комплекс целенаправленных действий юридического или физического лица, результаты которых выражаются в полезном эффекте (выгоде), что удовлетворяет образовательные, научные и воспитательные потребности другого юридического или физического лица...» [36, с. 101-112].

Некоторые исследователи, в частности А.В. Фролов [191, с. 61-66], И.Б. Романова, А.А. Байгулова [162, с. 91-96], считают, что образовательная услуга – это уникальная образовательная программа. Такая программа включает в себя комплекс образовательных мероприятий, которые направлены на выработку профессиональных умений и навыков с учетом ресурсного обеспечения самой

образовательной организации. А.Ю. Александров подчеркивает, что далеко не любая образовательная услуга может быть продуктом деятельности высшего образовательного учреждения на рынке [5, с. 127-136]. Эффективнее всего влияет на общество предоставление комплекса услуг – образовательной программы.

При этом, чем шире ассортимент программ, предоставляемых потребителю, тем выше престиж ОО ВО и его выпускников.

Однако встречаются и другие точки зрения. Например, А.П. Панкрухин [123, с. 83] отличает понятие образовательной услуги и образовательной программы. Под термином «программа» он понимает запланированную серию учебных мероприятий, связанных с конкретным предметом или выработкой определенных навыков, цель которой – подготовить учащихся к освоению определенной профессии. Образовательную услугу А.П. Панкрухин [123, с. 82] обозначил как комплекс услуг, которые ориентированы на достижение основных целей и задач системы образования в рамках государства.

В своем научном исследовании С.С. Демцура [51, с. 114-117], который специализируется именно в сфере развития современного образования в России, определяет образовательную услугу как специфический товар, который формирует в процессе обучения мировоззрение, ценности человека и удовлетворяет его потребности в приобретении конкретных знаний, навыков и умений для дальнейшего их использования в профессиональной деятельности. При этом А.В. Косевич и В.О. Кожина [77, с. 91-98] отмечают, что образовательная услуга – это комплексная категория, которая включает в себя такие составляющие, как: образовательно-квалификационная характеристика, образовательно-профессиональная программа, обучающая программа (план), система предоставления профессиональных навыков и средства диагностики – система определения соответствия показателей качества высшего образования.

Это толкование наиболее полно и точно раскрывает сущность образовательной услуги по сравнению с другими точками зрения относительно понимания данного понятия. Бесспорным является то, что образовательная услуга – это важный и специфический тип объектов маркетинга. Поэтому следует

согласиться с определением образовательной услуги как объекта организации основных бизнес-процессов в совокупности с маркетинговыми инструментами.

Как уже отмечалось, большинство авторов, например Ф. Котлер [210], А.А. Саломатова [89], А.П. Панкрухин [124], называют услугу «специфическим товаром», что имеет ряд особых характеристик, которые отличают ее от физического товара.

Говоря о разнице между физическим товаром и услугой, Ф. Котлер [210] выделяет четыре основные черты, характеризующие именно услугу. Это, прежде всего, неосвязаемость (нематериальность, не воспринимается на ощупь). На самом деле, к услуге невозможно прикоснуться, ее невозможно увидеть, попробовать на вкус. Но различные услуги имеют разную так называемую «степень» неосвязаемости. Так, именно в сфере обучения существует максимальное преимущество неосвязаемых составляющих, что существенно усложняет процесс восприятия образовательной услуги конечным потребителем и тем более нуждается в обеспечении организационной составляющей в виде маркетинговых исследований и мероприятий (PR-акции), усиливающих ее реализацию потребителю.

Второй чертой, отличающей услугу от товара, является ее недолговечность (невозможность хранения). Образовательную услугу нельзя заготовить и складировать, как материальный товар при ожидании повышения спроса (например, при избыточном конкурсе в высших образовательных организациях по отдельным специальностям). Поэтому в сфере высшего образования необходимо обеспечить наибольшее соответствие спроса и предложения, усилить гибкость процесса предоставления образовательных услуг.

Следующая особенность услуги заключается в неотъемлемости самой услуги от субъекта, которому она предоставляется. Имеется в виду, что начало потребления услуги осуществляется одновременно с началом ее предоставления. В случае предоставления услуг в системе образования предполагается взаимодействие и сотрудничество потребителя и поставщика образовательных услуг.

Последней характеристикой услуг является непостоянство их качества (изменчивость). Качество образовательной услуги является переменной величиной по причине невозможности установления жестких стандартов на процесс и результат предоставления образования. При этом уровень предоставления образовательной услуги колеблется в широких пределах, в зависимости от квалификации и степени ответственности преподавателей и сотрудников ОО ВО, а также в силу многих других объективных и субъективных причин. Непостоянство качества образовательной услуги зависит и от потребителя, его личного уровня, базовой подготовки в системе общего образования и его способности воспринимать предлагаемые услуги.

По предоставлению услуг в сфере высшего образования, кроме вышепредставленных особенностей, надо отметить еще несколько, не менее значимых отличительных особенностей, присущих именно образовательным услугам. Специфика образовательных услуг заключается в:

- продолжительности и периодичности их предоставления (получение первого высшего образования может занимать от 4 до 6 лет, а второго – около двух лет);
- продолжительном периоде выявления результата по итогам обучения (то есть реально ли были выработаны компетенции по определенной специальности) и зависимости результата от условий будущей работы выпускника;
- необходимости дальнейшего сопровождения услуг, в зависимости от места их оказания и места проживания потребителя.

Данные специфические особенности могут стать основой для обеспечения повышения конкурентоспособности образовательной организации за счет сокращения периода обучения с выработкой тех же умений и навыков. Соответствие полученных компетенций выпускника требованиям работодателей также становится направлением в обеспечении повышения уровня конкурентоспособности самой образовательной организации. Образовательная услуга характеризуется еще и известным аспектом сезонности и достаточно высокой стоимостью (как и все научные и интеллектуальные услуги). Также при

предоставлении образовательных услуг важную роль играет степень контакта обучающегося с преподавательским составом и степень самостоятельности в процессе приобретения знаний. Следует отметить, что образовательные услуги по своему содержанию многогранные и представляют собой комплекс различных блоков учебных дисциплин и программ. При этом различные компоненты образовательного комплекса устаревают с разной скоростью, а соответствующие услуги имеют жизненные циклы разной продолжительности.

Указанные специфические особенности образовательных услуг необходимо обязательно учитывать организаторам образовательной деятельности, что, безусловно, усложняет процесс их продвижения и реализации в отличие от продажи физического товара. И все же услуга действительно является «специфическим товаром», которую можно материализовать согласно современным требованиям маркетинга услуг, как это отмечается в работах А.П. Панкрухина [122] и А.В. Войчака [31]. Вместе с тем, для каждой услуги следует подобрать соответствующий комплекс маркетинга, так называемый «маркетинг-микс», благодаря чему услуга будет востребованной потребителем и сможет максимально полно удовлетворить его потребности.

Так, наиболее весомым критерием оценки при выборе лучших университетов мира является академическая репутация образовательной организации. На наш взгляд, данный показатель в наибольшей степени основан на субъективной оценке, связанной с уже сложившейся и закреплённой годами репутацией наиболее известных высших образовательных учреждений.

Ниже представлен рейтинг лучших университетов мира из 1000 за 2019 год, составленный британской компанией QS (таблица 1.6).

Как видно из таблицы 1.6, рейтинг возглавили Массачусетский технологический институт, Стэнфордский и Гарвардский университеты. Данным образовательным учреждениям удалось сохранить свои лидирующие позиции по сравнению с другими вузами и остаться на прежних ранговых местах.

Таблица 1.6 – Международный образовательный рейтинг университетов по версии QS World University Rankings за 2019 г. [составлено автором на основании анализа источника [211]]

Ранг		Название университета	Страна	Сводный индекс, %	Академическая репутация, %
2018	2019				
1	1	Массачусетский технологический институт	США	100,0	100,0
2	2	Стэнфордский университет	США	98,4	100,0
3	3	Гарвардский университет	США	97,4	100,0
5	4	Оксфордский университет	Великобритания	97,2	100,0

Если проанализировать рейтинг университетов в динамике (данные за 2018 и 2019 гг.), то существенных перемещений среди обозначенных образовательных организаций не наблюдается, за исключением Пекинского университета, которому удалось отыграть 8 позиций и подняться с 30 места на 22.

С самого момента основания в 1898 году Пекинский университет является одним из наиболее престижных и уважаемых образовательных организаций Китая и в настоящее время продолжает занимать одну из лидирующих позиций, являясь площадкой для воплощения передовых идей в области обучения.

В 1952 году университет стал первым образовательным учреждением, принимающим иностранных студентов на программы изучения китайского языка как иностранного. Университет имеет обширные связи с более чем 200 высшими образовательными учреждениями в 50 странах мира. Образовательное учреждение известно высоким уровнем преподавания. Здесь работают ведущие преподаватели и авторитетные ученые страны. Университетская библиотека содержит коллекцию более 6,5 млн томов и является самой большой университетской библиотекой в Азии [181]. В результате было выявлено, что важно в таком рейтинге учитывать три организационных индикатора, которые позволили университету повысить свой персональный рейтинг, а именно:

1. Соотношение количества студентов и научно-преподавательского состава университета (в 2018 году – 64,0%, а в 2019 году – 72,3%).
2. Доля иностранцев в научно-преподавательском составе (в 2018 году –

68,2%; в 2019 году – 70,7%).

3. Число цитирований на одного сотрудника (в 2018 году – 69,4%; в 2019 году – 73,0%).

В последнее время Китай стал одним из главных центров в мире высшего образования. Существенная роль в этом отводится поддержке со стороны государства и государственных структур, а это, несомненно, имеет огромное значение в обеспечении конкурентоспособности ОО ВО на международной арене. Правительство азиатской страны вкладывает значительные средства в сектор образования, чтобы улучшить его до стандартов мирового уровня. Здесь речь идет не только о выделении значительных средств на финансирование лучших университетов страны, поддержку перспективных областей науки, привлечение преподавателей и исследователей из-за рубежа, но и создание благоприятных условий для молодых иностранцев, желающих посетить страну с целью последующего обучения.

В сентябре 2017 года два крупных правительственных проекта – «проект 985» и «проект 211» – были объединены и трансформированы в новый, целью которого является создание университетов и дисциплин мирового класса к концу 2050 года. Визовая политика и политика в области трудоустройства молодых иностранцев также является существенным организационным аспектом, влияющим на обеспечение конкурентоспособности вузов Китая и, в частности, Пекинского университета как основного лидера среди образовательных учреждений страны. Уже сейчас данные мероприятия приносят свои плоды, так как Китай становится одним из ведущих мировых инновационных и технологических центров.

Таким образом, организационно-экономические составляющие, ориентированные на обеспечение высокого уровня конкурентоспособности образовательных организаций, можно представить в виде схемы (рисунок 1.3).



Рисунок 1.3 – Организационно-экономические составляющие обеспечения конкурентоспособности ОО ВО [составлено автором самостоятельно]

На территории Луганской Народной Республики функционируют семь организаций высшего образования. В период 2018-2019 года обучаются 41061 человек, что на 1 958 человек больше, чем в прошлом учебном году. Из них 28423 студента обучаются в образовательных учреждениях высшего образования, подведомственных Министерству образования и науки ЛНР, и 12638 студентов – в образовательных учреждениях профильных министерств [72]. Кроме этого, за 5 лет около 7 тысяч выпускников ОО ВО ЛНР получили российские дипломы по программе двойного диплома.

Три учреждения высшего образования ЛНР в 2020 г. планируют получить российскую аккредитацию, а именно: Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки, Луганский государственный педагогический университет, и Луганский государственный университет имени Владимира Даля [179]. Такие действия позволят ОО ВО ЛНР полностью перейти на российские стандарты образования. Это будет подтверждено юридически и даст право

выдачи документа российского образца с внесением в Единый реестр документов Российской Федерации. В результате, данные действия становятся важнейшими организационными составляющими. Следующим этапом для данных организаций станут такие составляющие, как: обеспечение современными технологиями процесса обучения, привлечение зарубежных абитуриентов и научно-педагогических кадров. Данные организационные составляющие обязательно должны быть включены в государственную программу по повышению конкурентоспособности ОО ВО.

Далее более детально остановимся на маркетинговом подходе в рамках организационных составляющих повышения конкурентоспособности ОО ВО. С одной стороны, ученые рассматривают его как управленческую концепцию, своеобразную философию предпринимательства. Этот подход основывается на следующих основных принципах: систематизация в понимании рынка и его элементов; безусловный приоритет потребителя; гибкое приспособление к требованиям рынка и активное воздействие на него.

Другим распространенным подходом к маркетингу является его раскрытие как «образа действий», то есть как системы практических примеров и мероприятий, направленных на достижение успеха на рынке. Также маркетинг рассматривается как область науки со специфическим предметом исследования, учебная дисциплина, отрасль хозяйственной деятельности, специфическая функция предприятия.

Современный производитель должен опираться на информацию о нуждах, потребностях и предпочтениях потребителя товаров и услуг путем социологических опросов и маркетинговых исследований. Только так можно добиться успеха в условиях жесткой конкуренции. А маркетинг является, на наш взгляд, тем надежным инструментом, который и приведет к желаемому успеху.

В зависимости от сферы применения Е.Е. Кузьмина выделяет такой вид маркетинга, как маркетинг услуг – направленный на удовлетворение потребностей в нематериальных видах товаров (услуг) или в полезном эффекте с целью получения предприятием прибыли [82, с. 36].

Из этого понятия можно сделать вывод о том, что нематериальность услуг заключается в том, что их невозможно увидеть или почувствовать до того момента, пока они не будут получены. Только после этого можно будет говорить об удовлетворенности потребителя и получении желаемой предприятием прибыли.

Т.С. Шаталова в контексте бизнес-моделирования определяет маркетинг услуг как систему непрерывного согласования предложенных услуг с услугами, которые пользуются спросом на рынке, и которые способны предложить с прибылью для себя и более эффективно, нежели это делают конкуренты [200, с. 157-164].

Из трактовки понятия видно, что главенствующая роль отводится самой услуге, а маркетинг является тем инструментом, который способствует ее продвижению с целью получения прибыли для себя, не забывая при этом о конкурентах.

В этой связи целесообразно коснуться самого понятия «услуга», которое в специальной литературе по маркетингу встречается в значительном количестве неоднозначных формулировок.

Ф. Котлер под услугой понимает какую-либо деятельность, которую одна сторона может предложить другой и характеризуется неосвязаемостью действий. Оказание услуги может быть связано с материальным продуктом. Услуга – действие, направленное на удовлетворение потребностей потребителей [79, с. 541].

Р. Фатхутдинов трактует понятие «услуга», как результат взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя [186, с. 443].

В словаре экономических терминов под услугой понимаются блага, которые предоставляются не в форме вещей, а в форме той или иной деятельности. По оценке западных экономистов, это то, что неосвязаемо (невидно) и в обмен на что потребитель, фирма или производство готовы предоставить что-либо ценное [171, с. 164].

В перечисленных формулировках понятия «услуга» авторы выделяют такую деталь, как удовлетворение потребностей потребителей при оказании услуги, что является основополагающим принципом маркетинга.

В своих суждениях мы уже упоминали о такой особенности услуги, как неосвязаемость или невозможность увидеть, почувствовать ее. Но это далеко не единственная особенность услуги. По мнению С.С. Гаркавенко, существует еще как минимум три немаловажных особенности [37, с. 36]:

– невозможность сохранения услуги – поскольку предоставление и потребление происходит одновременно, в отличие от товара ни организация, ни потребитель не могут создавать запасы услуг;

– неразрывность услуги от поставщика или окружающих условий – предоставление услуги предусматривает прямой контакт с лицом, которое предоставляет услугу, или с лицом, представляющим сервисную организацию;

– уникальность услуги – в отличие от того, что большинство изделий стандартные или имеют стандартные компоненты, каждая услуга неповторима и уникальна.

Анализ и детализация трактовок понятия «маркетинг», «услуга», «маркетинг услуг» приближают нас к изучению сущности «маркетинга образовательных услуг» в ОО ВО. В этой связи, в частности, целесообразно иметь представление о том, что собой представляет «образовательная услуга» и какие особенности присущи именно ей. А если мы говорим, что при оказании услуги первостепенным является удовлетворение потребностей потребителей, то с точки зрения маркетинга важно уточнить, какие потребности удовлетворяют образовательные услуги. Согласно суждению В.Б. Бансловой, образовательные услуги удовлетворяют три вида потребностей [16, с. 107]:

1) с позиции собственности – это процесс передачи потребителю знаний, умений и навыков общеобразовательного и профессионального характера, необходимых ему для удовлетворения собственных потребностей в приобретении профессии, саморазвитии и самоутверждении, который осуществляется в тесном контакте с потребителем через установленную образовательную программу;

2) с позиции предприятия – это процесс профессиональной подготовки (повышение квалификации, переподготовки) кадров, необходимый для трудоспособности, поддержания конкурентоспособности и развития в рыночных условиях, имеющих тенденцию изменчивости;

3) с позиции государства – это процесс, который обеспечивает расширенное воспроизводство совокупного собственного и интеллектуального потенциала общества.

На сегодняшний день в научной литературе все шире используется понятие «конкурентоспособность образовательной организации». Данные определения понятий, на наш взгляд, носят общий, поверхностный характер. Полного и уточненного же толкования понятия «конкурентоспособность образовательной организации», которое бы строилось на системном подходе, практически не существует.

Так, Т.С. Шаталова под конкурентоспособностью образовательной организации понимает такую позицию организации, позволяющей ее образовательным услугам конкурировать с другими услугами. Это способность образовательной организации обеспечить высокое качество подготовки квалифицированных специалистов, отвечающее требованиям личности и запросам организаций, работодателей в сравнении с другими аналогичными образовательными организациями или учреждениями [199, с. 148-156].

Е.Е. Кузьмина трактует понятие «конкурентоспособность ВУЗа», как способность осуществлять подготовку высококвалифицированных конкурентоспособных специалистов, востребованных на рынке труда. Кроме того, это способность разработать конкурентоспособные программы обучения в определенной области [82, с. 140].

В отличие от определений конкурентоспособности предприятия, понятие «конкурентоспособность образовательной организации» должно учитывать не только организационно-экономические возможности самого субъекта, но и принципиальные особенности образовательной организации, которые заключаются во взаимосвязи с внешней средой, к которой относится рынок

образовательных услуг и труда.

В современном мире конкуренции на рынке образовательных услуг все определяет потребитель. Поэтому важно претворить в жизнь такую культуру маркетинга, где все процессы в сфере образовательных услуг начинаются с ситуации на целевом рынке. В этой связи формирование спроса и удержание потребителя должно являться главной целью ОО ВО. А умение продвинуть свои услуги на рынок, найти своего потребителя и изучить его потребности позволит ОО ВО занять лидирующие позиции на рынке и получить ожидаемый эффект. Применение маркетингового подхода к обеспечению конкурентоспособности целесообразно разделить рынок образовательных услуг на сегменты, к каждому из которых будет принадлежать группа потребителей с идентичными потребностями.

Именно для привлечения и удержания потребителей на рынке образовательных услуг, что, в свою очередь, позволит ОО ВО в долгосрочной перспективе оставаться на «плаву», предлагается активно использовать социальные коммуникации, которые, как известно, являются неотъемлемым элементом организационно-экономического комплекса и маркетинга услуги.

Под социальными коммуникациями следует понимать широкую деятельность образовательных учреждений с целью распространения сведений об образовательных услугах и продуктах, налаживание связей с потребителями для привлечения их в ОО ВО (на бюджетной и внебюджетной основе) и установление контактов с другими заинтересованными лицами.

Есть подобное видение понятия, но с позиции «маркетинговых коммуникаций» у И.В. Ванькиной, где речь идет об управляемом процессе обмена информацией между различными субъектами рынка образовательных услуг с целью их постоянного совершенствования [23, с. 104].

Углубленный анализ социальных коммуникаций позволит провести классическая модель данного процесса, предложенная Ф. Котлером [79, с. 150], а именно: выявление целевой аудитории; определение желаемой ответной реакции; формирование самого сообщения; выбор канала распространения информации;

сбор и анализ обратной связи. Именно анализ обратной связи может показать отдельные сильные или слабые стороны образовательной услуги, которые оцениваются именно конечным потребителем в части аргументирования отказа в приобретении образовательной услуги.

Далее систематизируем трактовку понятия «образовательная услуга», которые встречаются в специальной литературе, связанной с вопросами экономической и маркетинговой деятельности в образовательной организации высшего образования (Приложение Б).

В своем научном исследовании Т.Е. Оболенская, которая специализируется в сфере образовательного маркетинга, говорит о том, что образовательная услуга – это специфический товар, который формирует в процессе обучения мировоззрение, ценности человека и удовлетворяет его потребности в приобретении конкретных знаний, навыков и умений для дальнейшего их использования в профессиональной деятельности. При этом автор отмечает, что образовательная услуга высшего образовательного учреждения – это комплексная категория, которая включает в себя такие составляющие, как: образовательно-квалификационная характеристика, образовательно-профессиональная программа, учебная программа, система предоставления профессиональных навыков и способы диагностики – система определения соответствия показателей качества высшего образования [114].

Таким образом, многие авторы схожи во мнении о том, что образовательная услуга – это некая комплексная категория с рядом присущих ей характеристик. Образовательные услуги выступают как средство удовлетворения познавательных потребностей потребителей и потребностей в профессионально-квалификационной подготовке.

Большинство авторов, например И.Ю. Жданкина [55], А.П. Панкрухин [122], И.Б. Романова [162], Т.Е. Оболенская [114] и др., говорят о специфичности образовательной услуги, что существенно отличает ее от услуг других сфер деятельности. Здесь речь может идти о длительности исполнения образовательной услуги (бакалавриат – 4 года, магистратура – 2 года). Но даже

при соблюдении всех параметров обучения выпускнику необходимо будет время для того, чтобы наработать определенные практические навыки, которые позволят ему стать высококвалифицированным специалистом и быть полезным для общества.

Еще одной организационной составляющей является сезонность или периодичность предоставления образовательной услуги. Здесь речь идет о временных рамках, которые определяют: начальный период оказания образовательной услуги (как правило, учебный год начинается с 1 сентября); периодичность оказания услуги по семестрам для первого высшего образования; дискретная форма оказания образовательной услуги для второго высшего образования и повышения квалификации.

Изменчивость качества – еще одна важная, на наш взгляд, особенность образовательной услуги, так как «победить» в конкурентной борьбе и занять лидирующие позиции на рынке образовательных услуг можно, лишь, если услуги будут надлежащего качества, а это во многом зависит от того, кто оказывает эти услуги. То есть от квалификации преподавателей, их умений находить контакт с аудиторией и принимать правильные решения в самых нестандартных ситуациях.

Не все потенциальные потребители в конечном итоге получают высшее образование. Этому есть ряд причин: отсутствие достаточных знаний и умений при прохождении конкурса; низкий уровень подготовки на выбранную им специальность; высокая стоимость услуг, если речь идет о контрактной форме обучения. Все эти причины позволяют нам говорить о неодинаковой доступности образовательных услуг для потребителей.

Еще одна организационная составляющая образовательной услуги описывает в своей работе Е.Е. Кузьмина [82, с. 51]. Речь идет о специфике организации производства образовательных услуг, где продуцентами образовательных услуг являются государственные и негосударственные образовательные учреждения. Для ОО ВО, находящихся на бюджетном финансировании, государство до сих пор выступает монопольным покупателем образовательных услуг, что является сдерживающим фактором развития

рыночных отношений в сфере образования.

Но несмотря на сдерживающий фактор развития рыночных отношений в сфере образования, на сегодняшний день, высшие образовательные учреждения вплотную подошли к пониманию необходимости маркетинга образования в своей деятельности.

Далее руководящему составу ОО ВО необходимо продумать стратегию, которая касается разработки комплекса маркетинг-микс или так называемого «4Р» маркетинга как одной из важнейшей организационной составляющей повышения конкурентоспособности образовательной организации. Модель «4Р» маркетинга была предложена Д. Маккарти в 1960 году. В это время автор публикует учебник «Basic Marketing. A Managerial Approach», в котором подробно описывает концепцию «4Р». Каждому из элементов комплекса маркетинга в этой книге посвящена отдельная глава. Именно эта модель знаменует начало теоретических исследований в сфере маркетинга. Данная модель состоит из четырех элементов, которые на сегодняшний день являются классическими элементами комплекса маркетинга: товар (product), цена (price), сбыт (place), продвижение (promotion) [37, с. 14].

Так, по мнению С.С. Гаркавенко, комплекс маркетинга – это совокупность маркетинговых средств (товар, цена, распределение, продвижение), определенная структура которых обеспечивает достижение поставленной цели и решение маркетинговых задач [37, с. 21].

Есть свое видение трактовки понятия «комплекс маркетинга» у И.В. Ванькиной, которое определяется совокупностью управляемых составляющих (показатели, характеристики), ориентированных на поиск и удовлетворение потребности конкретных рыночных сегментов [23, с. 111].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что все эти элементы должны контролироваться организацией и использоваться для удовлетворения потребностей потребителей. То есть если предприятие (организация) предлагает нужную потребителю услугу, по правильно установленной цене, в нужное время и в нужном месте, то его маркетинговая программа будет успешно выполнена.

Однако такая модель хорошо зарекомендовала себя в материальном производстве, тогда как специфика образовательных услуг, а именно: их неосвязаемость, нематериальность, нацеленность на умы, непостоянство, несохраняемость и неотделимость от источника их производящего и потребляющего приводит к необходимости поиска дополнительных элементов, которые требуют детального изучения.

Многие авторы, занимающиеся проблемами маркетинга в образовании, предлагают применять на практике расширенный комплекс маркетинга от «5Р» до «7Р». Среди них можно выделить: А.П. Панкрухина, Е.Е. Кузьмину, Т.Е. Оболенскую, И.В. Ванькину и др.

Профессор О.В. Прокопенко в своей монографии, говорит о важности применения в сфере высшего образования «8Р» маркетинга, называя получившуюся модель «7Р+Р» (рисунок 1.4).

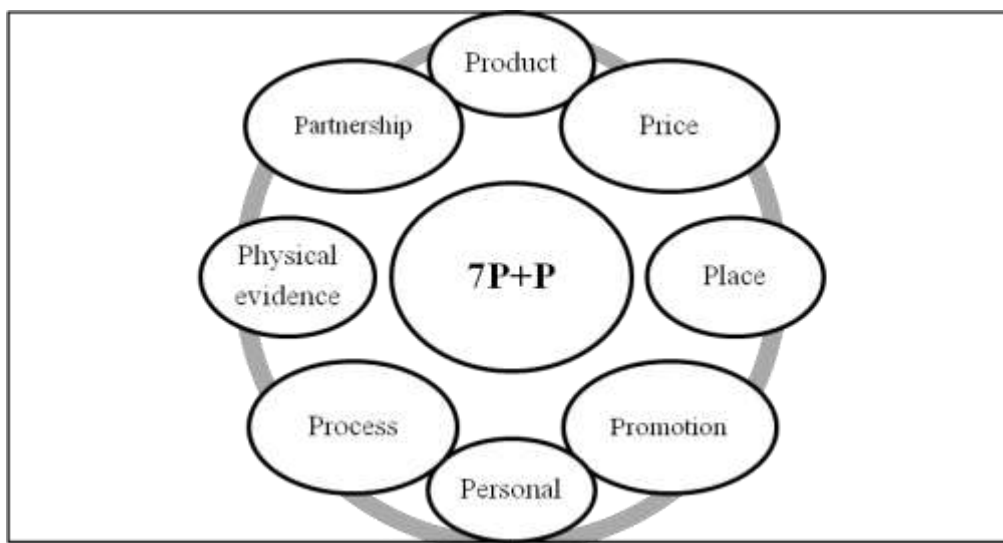


Рисунок 1.4 – Элементы комплекса маркетинга в высшем образовании [составлено автором на основании источника [88, с. 34]]

Целесообразно, на наш взгляд, дать характеристику всем элементам модели «7Р+Р» маркетинга в высшем образовании.

Как видно на рисунке 1.4, центральное место в модели «7Р+Р» отводится продукту (под продуктом понимается товар или услуга). Г. Форд и П. Друкер

подчеркивали, что если предприятие не имеет своего продукта, то оно не имеет вообще ничего. В качестве продукта, в нашем случае, выступает образовательная услуга, которая в силу своих специфических особенностей, о которых мы говорили ранее, является средством удовлетворения познавательных потребностей потребителей и потребностей в профессионально-квалификационной подготовке. Здесь важным является то, что продукт, который предлагает ОО ВО, должен быть востребован. С этой целью высшим образовательным учреждениям необходимо постоянно изучать спрос и предложение на рынке образовательных услуг, знать требования потребителей, покупателей и заказчиков, изучать и следить за конъюнктурой рынка труда.

Изучение цены на продукт (услугу) является одной из актуальных маркетинговых задач. Потому что, с одной стороны, цена должна быть такой, чтобы ее мог оплатить потенциальный потребитель, а с другой стороны, она должна обеспечивать прибыльность предприятия. Организации, в этой связи, необходимо выработать такую ценовую стратегию, в которой учитывались бы такие факторы, как: нормативные требования государства, себестоимость финансово-хозяйственной деятельности ОО ВО, конкурентоспособность на рынке образовательных услуг, платежеспособность потенциальных потребителей в конкретном рыночном сегменте. Конечно, в первую очередь, это касается платных услуг ОО ВО. Но, устанавливая цены на образовательные услуги, не нужно забывать о соотношении «цена-качество», что в образовательной среде является особенно актуальным. Так, чем ниже цена, тем ниже качество образования, тем ниже возможности развития ОО ВО и ниже его конкурентоспособность. Чем выше цена, тем выше качество образования, но ниже покупательский спрос, ниже возможности развития ОО ВО, ниже конкурентоспособность ОО ВО. Задача ОО ВО состоит в том, чтобы найти оптимальное значение цены, обеспечивающее и качество, и жизнедеятельность высшего образовательного учреждения.

Говоря о месте предоставления образовательных услуг, конечно, в первую очередь, речь идет о внешней привлекательности, комфортности и уюте учебных

заведений и аудиторий. Но, кроме этого, большое значение здесь уделяется каналам распределения и послепродажного обслуживания.

В работе И.В. Ванькиной приводится пример каналов распределения в ОО ВО: это и выездные занятия, электронная почта и сайты в Интернете, производственные экскурсии и стажировка на предприятиях, а также зарубежные стажировки [23, с. 112].

К послепродажному обслуживанию, на наш взгляд, можно отнести: консультации, стажировки, повышение квалификации, переподготовку.

Продвижение образовательных услуг на рынке предусматривает эффективные контакты образовательного учреждения с потребителями. Конкретными формами таких контактов могут быть: реклама, связи с общественностью, стимулирование продаж, прямой маркетинг, сотрудничество, синтетичные способы маркетинговых коммуникаций (выставки, ярмарки, спонсорство, брендинг).

В модели «7P+P» пятое место отведено персоналу учреждения. Именно персонал, на наш взгляд, является решающим фактором качества предоставления образовательных услуг. Потому что, какими бы ни были привлекательными внешние условия обучения, но качество обучения зависит от качества исполнителей – профессорско-преподавательского состава. Повышение конкурентоспособности ОО ВО, укрепление его имиджа, увеличение доходов от широкого спектра предоставляемых платных услуг напрямую зависит от качества работы педагогов, их профессионализма и компетентности.

Процесс оказания образовательных услуг является трудоемким, долговременным и важным как для самой ОО ВО, так и для его потребителей. Он включает в себя: оформление документов при поступлении, проведение вступительных экзаменов, составление расписания учебных занятий, графиков проведения консультаций и экзаменов, учебных, производственных и преддипломных практик, проведение научных мероприятий, защиту дипломных работ и проектов и т.д. Качество процесса оказания образовательных услуг во многом зависит от индивидуальных особенностей, профессионализма, установок,

целей и задач как первых лиц, так и всего персонала образовательного учреждения.

Большую часть времени студенты проводят в стенах родного ОО ВО. Следовательно, среда образовательного учреждения должна оставлять лишь положительные эмоции и мотивировать их к покорению новых вершин. Здесь важно все: от дизайна, символов, интерьера, которые отражают философию ОО ВО, до оснащённости аудиторий современным оборудованием, мебелью; библиотеки – библиотечными фондами; столовой, гардероба, актового и спортивного зала, профилактория.

Также необходимо отдельно остановиться на рассмотрении восьмого элемента модели «7P+P» маркетинга, который, по мнению О.В. Прокопенко, также является немаловажным элементом комплекса маркетинга в высшем образовании. Речь здесь идет о партнерском сотрудничестве, формы которого могут быть разнообразными, в зависимости от приоритетов, поставленных целей и задач в рамках, как самой образовательной организации, так и системы образования в целом [88, с. 112].

Таким образом, все элементы модели «7P+P» выступают базой для принятия управленческих решений в направлении обеспечения высокого уровня конкурентоспособности образовательной организации высшего образования. Расширенный комплекс маркетинга, в свою очередь, позволит проводить более глубокий анализ деятельности ОО ВО, что, несомненно, приведет к ожидаемому положительному эффекту и повысит рейтинг образовательного учреждения в глазах общественности.

Также в рамках организационно-экономических составляющих конкурентоспособности образовательной организации необходимо изучить и стратегический подход к обеспечению успешного функционирования на рынке образовательных организаций высшего образования. Поэтому целесообразно представить некоторые классические и современные трактовки понятия «стратегия развития высшего образовательного учреждения (образовательной организации высшего образования)», предложенные ведущими специалистами в

области маркетинга, а именно: Ассел Я.Г. [11], Мак-Дональда М. [87, с. 172], Армстронга Г., Котлера Ф. [10, с. 79], Дойля П. [52, с. 50], Балабановой Л.В.[14, с. 14], Лукьянец Т.И. [85, с. 151].

Детальное изучение подходов ученых к рассмотрению вопроса о сущности стратегии развития ОО ВО позволило представить процесс формирования стратегии развития ОО ВО в виде рисунка 1.5.

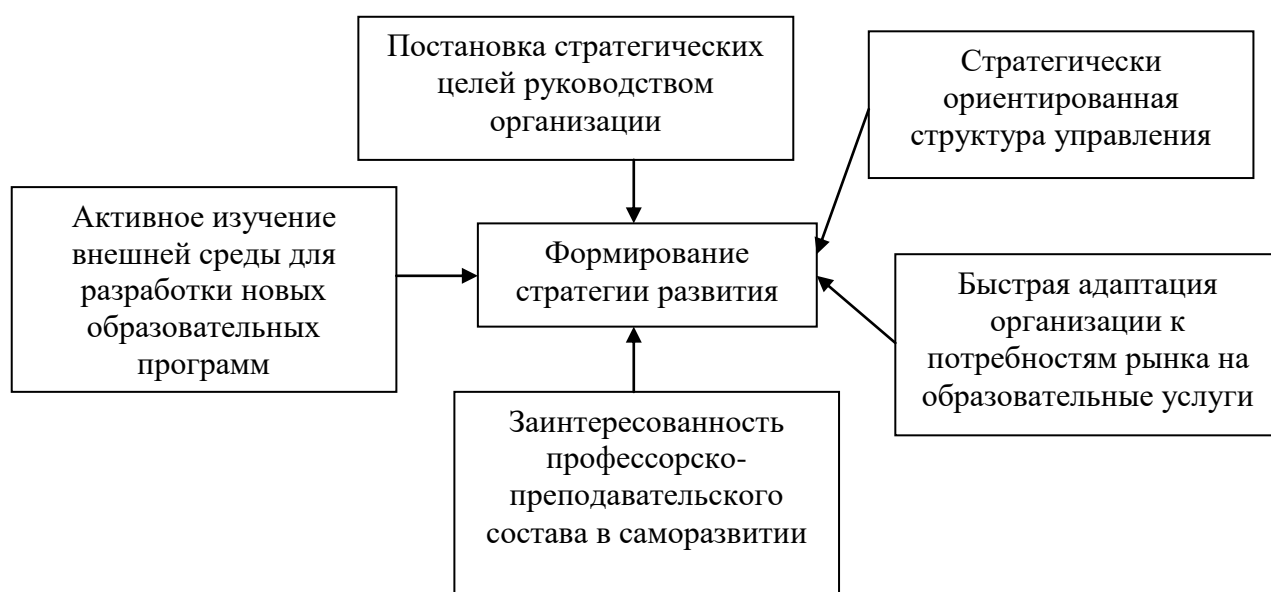


Рисунок 1.5 – Основные факторы, влияющие на формирование стратегии развития образовательной организации высшего образования [составлено автором самостоятельно на основе изучения источников [10; 14; 52]]

В результате, стратегические цели, которые должны ставиться руководством образовательной организации высшего образования должны быть сбалансированными с учетом имеющихся реальных организационно-экономических возможностей. Схема процесса разработки такой стратегии представлена на рисунке 1.6.



Рисунок 1.6 – Ориентировочная последовательность составления сбалансированных показателей и стратегических целей образовательной организации [составлено автором самостоятельно на основе изучения источников [14; 85]]

Формулирование стратегических целей должно опираться на разработанный конкурентный профиль организации. Чтобы определить конкурентный профиль, например, ОО ВО в РФ с учетом снижения демографических показателей, руководителям таких организаций необходимо.

Активно применять стратегический подход и инструментарий: постоянно изучать спрос и предложение на рынках образовательных услуг и труда, формировать сбалансированный товарный портфель, предлагать только адекватные платежеспособному спросу и качеству образовательных услуг цены,

осуществлять гибкую коммуникационную политику и тому подобное. Изучение образовательных услуг способствует более компетентной и квалифицированной деятельности вузов на рынке университетского образования. Стратегический подход в области образования, его внедрение, этапы становления, динамика развития обусловлены потребностями социально-экономического развития общества в целом и высшей школы в частности [23, с. 272].

Применение стратегического подхода является актуальным, научно обоснованным и проверенным временем способом обеспечения успешной деятельности как государственных, так и частных образовательных учреждений в условиях рынка.

Эффективно решать весь комплекс сложных проблем, стоящих перед сферой высшего образования, сегодня невозможно без овладения необходимым объемом теоретических знаний в области стратегического управления.

Таким образом, мы будем говорить о стратегии развития ОО ВО, как о рациональном, последовательном комплексе действий, направленном на формирование конкурентного профиля организации, достижение целей организации в условиях динамичной внешней среды.

Основная концепция стратегии развития ОО ВО, в условиях нестабильной внешней среды, основывается на организационно-экономических возможностях. Так, конкурентный профиль позволяет выработать стратегические ориентиры и разработать комплекс мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности образовательной услуги.

Таким образом, на основе исследования специфики предоставления образовательной услуги и обеспечения конкурентоспособности ОО ВО автором отмечается, что наиболее эффективным средством определения и исследования общественных потребностей в условиях становления ЛНР, запросов и требований потребителей являются организационные составляющие. Причем в данные составляющие входят международное признание дипломов об образовании, маркетинг образовательной услуги, оценка имиджа и рейтинг высших образовательных учреждений, уникальных образовательных программ,

профессиональных кадров, методик изложения дисциплин, наличие ключевых баз практик и контрактов на подготовку специалистов за средства работодателей и пр. Изучение опыта Китая в повышении конкурентоспособности ОО ВО позволяет сделать вывод о том, что важную роль в данном процессе играет само государство в рамках реализации определенной политики в виде финансирования данных организаций, и ориентация на повышение таких показателей, как: соотношение количества студентов и научно-преподавательского состава; доля иностранцев в научно-преподавательском составе; число цитирований на одного сотрудника.

1.3. Мировой опыт оценки и обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования

Изучение зарубежного опыта по формированию конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования увязывается с рейтингом данного учреждения. Так, в научной статье коллектив авторов, а именно: С.Д. Резник, Т.А. Юдина и В.Г. Камбург предлагают следующую трактовку понятия «рейтинг вузов»: «...представляет собой перечень лучших вузов или учебных программ в некоторой области знания, расположенных в порядке убывания или возрастания качества...» [161, с. 448]. По мнению авторов, «...рейтинги позволяют судить о статусе учебного заведения, что говорит об уровне его репутации, повышает привлекательность для абитуриентов, а также конкурентоспособность высшего учебного заведения в современных условиях возрастающей конкуренции среди вузов...» [161, с. 489].

На сегодняшний день в мировом образовательном пространстве существует достаточное количество всевозможных рейтингов. Назовем лишь некоторые из

них: The Academic Ranking of World Universities, сокращенно ARWU [202], и объединяет в себе топ-1000 лучших университетов в мире, его часто называют Шанхайский рейтинг лучших вузов мира; ежегодный рейтинг мировых университетов британской компании (QS World University Rankings) [211]; рейтинг мировых университетов журнала Times Higher Education (World University Rankings Times Higher Education, THE WUR [214]); CWUR [208] и др. Значимым в отборе лучших университетов мира является тот факт, что данные вузы имеют положительную академическую и научную репутацию. Кроме того, значительную роль в оценке играет масштаб и период работы университета на рынке образовательных услуг. Так, университеты с богатой историей привлекают гораздо большее количество известных ученых и студентов. К примеру, мировую высшую лигу университетов сегодня составляют старейшие вузы, поэтому считаем необходимым ознакомиться с параметрами оценки двух ведущих мировых рейтингов: QS World University Rankings и World University Rankings Times Higher Education.

Ежегодный рейтинг мировых университетов британской компании QS издается с 2004 года. Университеты оцениваются по шести индикаторам [211], описанным в предыдущем параграфе данного исследования (п. 1.2). В данный список вошли 42 университета первого класса (36 университетов типа А – ведущих и 6 типа В) и 465 приоритетных дисциплин (представленных в 140 университетах). Почти все образовательные учреждения, входившие в предыдущие проекты, вошли в новый список. В контексте данного рейтинга прослеживается активная положительная динамика китайских университетов, в частности Пекинский университет, который на начало 2020 года находится на 22 месте, а в 2004 году находился на 60-м месте. Результатом такого стремительного повышения рейтинга стал проектный подход в виде: «Университеты мирового класса и первоклассные специальности».

Согласно плану, проект разделяется на три этапа:

1) к 2020 году несколько университетов по нескольким специальностям должны быть представлены в признанных мировых образовательных рейтингах;

2) к 2030 году несколько университетов по нескольким специальностям должны войти в топ признанных мировых образовательных рейтингов. Должна быть увеличена общая численность университетов;

3) к середине XXI-го века несколько университетов по нескольким специальностям должны стать лучшими в мире.

За реализацию данного проекта отвечают три министерства КНР: образования, финансов и национальная комиссия развития и реформ [45].

Кроме того, Китай создал более 300 Институтов Конфуция и школ китайского языка в почти 80 странах мира. Они помогают местным студентам изучать китайский язык и, таким образом, побуждают к дальнейшей учебе в Китае [2, с. 249].

Конечно же, мы не можем не отметить успехи МГУ имени М.В. Ломоносова, который остается лидером в рейтинге QS среди российских университетов. За один год данное учреждение сумело улучшить свои позиции по сравнению с 2018 г. (таблица 1.7). В условиях возросшей глобальной конкуренции, особенно со стороны быстроразвивающихся университетов азиатского региона, МГУ имени М.В. Ломоносова улучшил свои позиции по некоторым категориям, а именно: «академическая репутация» и «репутация среди работодателей». Данные категории, по мнению ректора МГУ имени М.В. Ломоносова В. Садовниченко, являются основными показателями работы университета. «...Именно эти критерии определяют качество преподавания в вузе и уровень проведения научных исследований...» [183]. Что касается соотношения количества студентов и научно-педагогического состава университета, то этот показатель у российского университета один из самых лучших среди университетов в мире.

Таблица 1.7 – МГУ имени М.В. Ломоносова в международном образовательном рейтинге университетов по версии QS World University Rankings за 2018 и 2019 г. [составлено по материалам источника [201]]

Год	Ранг	Сводный индекс, %	Академическая репутация, %	Репутация среди работодателей, %	Соотношение количества студентов и научно-педагогического состава университета, %	Доля иностранцев в научно-педагогическом составе, %	Доля иностранцев в общем числе студентов, %	Число цитирований на одного сотрудника, %
2018	90	62,3	71,3	78,2	99,7	16,6	73,1	6,7
2019	84	63,2	73,6	84,9	99,7	18,0	56,1	7,2

Одним из самых сложных индикаторов для российских ученых является индекс цитирований на одного сотрудника. Этому есть ряд причин: несовершенство владения английским языком, закрытые исследования, отсутствие международной публикации в числе приоритетов и др. Но несмотря на существующие проблемы, в 2019 г. университету удалось повысить данный индикатор на 0,5%, что является хорошим заделом в этом направлении в будущем.

Еще один международный рейтинг университетов Times Higher Education (World University Rankings Times Higher Education, THE WUR) ежегодно рассчитывается по пяти группам показателей, причем каждая группа имеет свой вес (значимость): образование (30%); научно-исследовательская работа (30%); цитируемость (30%); интернационализация (7,5%); привлечение средств от предприятий для разработки и внедрения результатов исследований научных школ (2,5%).

Последние данные рейтинга были опубликованы в 2019 году. Методика расчета рейтинга мировых университетов Times Higher Education проверялась независимой аудиторской компанией (PwC). В таблице 1.8 представлены 25 лучших университетов мира.

Таблица 1.8 – Международный образовательный рейтинг университетов по версии Times Higher Education за 2019 г. [составлено автором на основании источника [213]]

Ранг	Название университета	Страна
1	Оксфордский университет	Великобритания
2	Кембриджский университет	Великобритания
3	Калифорнийский технологический институт	США
4	Стэнфордский университет	США
5	Массачусетский технологический институт	США
6	Гарвардский университет	США
7	Принстонский университет	США
8	Имперский колледж Лондона	Великобритания
9	Университет Чикаго	США
10	Швейцарский федеральный технологический институт в Цюрихе	Швейцария
11	Университет Пенсильвании	США
12	Йельский университет	США
13	Университет Джонса Хопкинса	США
14	Колумбийский университет	США
15	Калифорнийский университет в Лос-Анджелесе	США
16	Университетский колледж Лондона	Великобритания
17	Университет Дьюка	США
18	Университет Калифорнии в Беркли	США
19	Корнельский университет	США
20	Северо-Западный университет	США
21	Университет штата Мичиган	США
22	Национальный университет Сингапура	Сингапур
23	Университет Торонто	Канада
24	Университет Карнеги-Меллон	США
25	Лондонская школа экономики и политических наук	Великобритания

Здесь рейтинг возглавили Оксфордский университет, Кембриджский университет и Калифорнийский технологический институт. Методика оценки вузов в представленных двух рейтингах (QS World University Rankings – таблица 1.6 и Times Higher Education – таблица 1.8) отличается, из-за чего можно наблюдать, что некоторые университеты занимают разные места в данных

рейтингах, однако если говорить о странах, в которых представлены университеты-лидеры, то это США и Великобритания.

Продолжая тему, анализируя китайский опыт, относительно роли государства в обеспечении конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования на международном рынке образовательных услуг, необходимо отметить важность данных инициатив. Во-первых, это касается содействия привлечения иностранных студентов и преподавателей из-за рубежа, что существенно отразится на престиже данных образовательных учреждений. Во-вторых, в финансировании лучших университетов страны, поддержке перспективных областей науки и инновационных программ. И, в-третьих, создание благоприятных условий пребывания в стране для иностранных студентов и преподавателей.

В интересах обеспечения конкурентоспособности своих образовательных организаций высшего образования многие страны создают специализированные национальные агентства для продвижения за рубежом своего высшего образования и привлечения иностранных студентов. К ним относятся США (более 400 офисов в 134 странах мира), Великобритания (200 офисов в 110 странах мира), Франция (128 отделений и 27 временных центров в 97 стран), Германия (представительства в 52 странах).

Кроме того, ряд стран, например, Германия, Великобритания и Сингапур, выделяют существенные средства для финансирования проектов, помогающих продвигать их программы высшего образования за рубежом и поддерживать набор иностранных студентов. Так, германская служба DAAD выделила щедрую финансовую помощь для того, чтобы ряд немецких университетов могли разработать программы транснационального образования (например, программ двойного диплома, или создание своих филиалов за рубежом). Британское правительство выделяет целевое финансирование для проведения набора молодежи в конкретных странах, таких, например, как Индия [2, с. 250].

Изучая зарубежный опыт обеспечения конкурентоспособности высших образовательных учреждений, хотелось бы остановиться на преобразованиях,

которые происходят в образовательном пространстве Франции, главная цель которых заключается в повышении конкурентоспособности национальных университетов на международном рынке высшего образования.

Так, по данным международного образовательного рейтинга университетов, по версии QS World University Rankings за 2019 год, в топе 100 лучших университетов мира университеты Франции заняли следующие позиции (таблица 1.9).

Таблица 1.9 – Рейтинг университетов Франции в топ 100 лучших университетов мира по версии QS World University Rankings за 2020 г. [сформировано автором на основании источника [211]]

Ранг	Название университета	Сводный индекс, %	Академическая репутация, %
53	Парижский научно-исследовательский университет	73,4	77,7
60	Политехническая школа	70,5	43,8
77	Университет Сорбонна	64,9	89,2

Что же касается международного образовательного рейтинга университетов по версии Times Higher Education за 2019 год, то в топ 100 лучших университетов мира прошел «Университет науки и гуманитарных исследований Парижа», заняв, при этом, 72 место.

Поэтому в качестве одного из важных направлений «...государственной политики в области высшего образования Франции, реализуется тенденция на создания крупных объединений французских вузов. В рамках данного процесса осенью 2014 года официально открыт новый университет Париж-Сакле (Paris-Saclay). Размещенное на обширной территории в 7700 га, это учебное заведение примет в 2020 году 60000 студентов и 10500 исследователей в аудиториях, исследовательских лабораториях и общежитиях общей площадью 600 000 кв. м., находящихся пока еще в процессе строительства. Новый университет создается в результате объединения кадрового и технологического потенциала более чем 20-ти национальных высших учебных заведений – от Университета Париж-Сюд до Высшей школы коммерческих исследований Парижа (HEC), включая

Политехническую школу и Национальный центр научных исследований (CNRS).

По замыслу создателей, этот образовательный гигант должен стать многодисциплинарным университетом мирового уровня, способным конкурировать с такими заокеанскими «храмами знания», как Гарвардский университет, Стэнфордский университет или Массачусетский технологический институт. Пользуясь своей известностью в мире, эти американские образовательные учреждения смогли привлечь в свой преподавательский состав лучшие научные кадры планеты, превратив их имена в бренд, известный далеко за пределами университетской среды...» [177, с. 105-108].

Как видно, спектр механизмов поддержки университетов со стороны национальных правительств достаточно широк. Те страны, которые уделяют данному вопросу должное значение, становятся привлекательными образовательными учреждениями на международной арене.

Сегодня глобализационные изменения в высшем образовании являются темой дискуссий многих ученых, работающих в этом направлении. За последнее время появилось множество новых терминов и понятий. Так, широко распространенное сегодня среди специалистов понятие «интернационализация высшего образования», которое возникло еще в 1990-е годы.

Одно из наиболее признанных определений интернационализации было предложено профессором университета Торонто Джейн Найт. Автор трактует интернационализацию высшего образования, как «...процесс интеграции международного, межкультурного и глобального измерений в цель, функции и процесс предоставления высшего образования...» [207, с. 27]. Это определение стало толчком к своего рода мировоззренческому сдвигу: под интернационализацией стали понимать процесс, в противовес понятию «международное образование», ориентированный на конечный продукт.

По мнению ряда российских исследователей, «интернационализация высшего образования на институциональном уровне представляет собой процесс добровольного принятия образовательным учреждением правил и процедур ведения всех видов своей деятельности, признанных и используемых мировым

сообществом, с ориентацией на предоставление академическому персоналу и учащимся возможности в результате обучения получить знания, умения и компетентности, которые были бы востребованы в любой стране мира» [76].

Министерством науки и высшего образования РФ реализуется проект 5-100, целью которого является максимизация конкурентной позиции группы ведущих российских университетов на глобальном рынке образовательных услуг и исследовательских программ [155]. Так, были отобраны 21 университет, которые ежегодно отчитываются о выполнении своих программ повышения конкурентоспособности перед международным Советом и Министерством образования и науки Российской Федерации.

Совершенно уникален и проект в Российской Федерации под названием «Университет 20.35». Это своего рода информационная площадка, обеспечивающая профессиональное развитие человека в цифровой экономике. Такой университет апробирует новый формат обучения, когда необходимые студенту образовательные модули или программы индивидуально подбираются среди различных учебных заведений с самыми востребованными среди практиков курсами [180].

В.М. Филиппов в своей работе интернационализацию образования рассматривает, как один из факторов обеспечения международного образовательного сотрудничества, происходящего в условиях всевозрастающей конкуренции на мировом рынке образования [189, с. 203-211].

Автор говорит о том, что «...за последнее десятилетие благодаря проведению системно обоснованной политики интернационализации образования и адекватному финансированию многие относительно небольшие развитые страны стали полноправными участниками рынка образования, извлекая из этого ощутимые выгоды, используемые, прежде всего, в интересах развития собственных вузов...» [189, с. 205]. К сожалению, автор в своей работе не дает разъяснения относительно того, что он понимает под словосочетанием «адекватное финансирование» и со стороны кого данное финансирование является возможным. Ведь здесь речь может идти как о роли государства,

причастного к политике интернационализации образования, так и об интересе частных коммерческих структур, финансирующих научные и образовательные проекты с целью привлечения высококвалифицированных специалистов к трудовой деятельности по окончании срока обучения.

Кроме финансирования, в повышении уровня интернационализации высшего образования не последняя роль отводится международному отделу вуза, отвечающего за координацию действий между всеми подразделениями высшего образовательного учреждения и внешними партнерами, к числу которых можно отнести: иностранных студентов, иностранных преподавателей и исследователей, а также международные структуры, занимающиеся вопросами интернационализации высшего образования.

Международное сотрудничество также способствует повышению уровня интернационализации. Наглядным примером этому может служить единое Европейское образовательное пространство, где активно внедряются программы по обмену опытом преподавателей и исследователей в различных областях науки и сферах деятельности, создаются совместные исследовательские проекты и др.

Еще одним примером подобного рода инициатив выступают новые, активные участники рынка образования, такие как: Австрия, Швейцария, страны Северной Европы (Швеция, Финляндия), развивающиеся страны Юго-Восточной Азии.

Международная академическая мобильность студентов, преподавателей и ученых, в свою очередь, становится конкурентоспособным бизнесом. Ф. Альтбах и Дж. Найт объясняют стремление университетов к интернационализации, так как преследуется коммерческий интерес [203, с. 290-305].

Конечно, поддержка со стороны государства имеет огромное значение в повышении конкурентоспособности на международной арене. Однако сегодня, в условиях глобализации и интернационализации высшего образования, адаптируясь к новым условиям, вузам необходимо направлять вектор своего развития в сторону самостоятельного международного позиционирования. Для претворения в жизнь подобных инициатив многие зарубежные высшие

образовательные учреждения активно применяют инструменты маркетинга в своей деятельности. Такого рода инициативы направлены на повышение уровня конкурентоспособности на международном рынке образовательных услуг в условиях жесткой конкуренции.

Общеизвестно, что основоположниками маркетинга как дисциплины и философии бизнеса любой организации, участвующей в рыночных отношениях, являются США. Поэтому логично, что идея образовательного маркетинга в вузах США получила развитие еще во второй половине прошлого века. С начала текущего века, Американская ассоциация маркетинга ежегодно проводит симпозиумы по вопросам применения маркетинга в высшем образовании [6].

В США существует большое количество маркетинговых компаний, которые тесно сотрудничают с университетами американских штатов. Цель такого сотрудничества заключается в привлечении, в первую очередь, иностранных студентов посредством распространения образовательных программ, таких как: «Образование в США» (Education USA), «Обучение в Нью-Йорке» (Study New York), «Обучение в Орегоне» (Study Oregon) и т.д.

Изучая зарубежный опыт обеспечения конкурентоспособности организаций высшего образования [166, 100] следует учитывать тот факт, что отдельные инструменты будут по-разному эффективны в различных странах. «...Так, в американской модели акцент делается на рекламе образовательных услуг. Европейская модель ориентирована на совершенствование системы обслуживания. В то время как японская рассчитана на внедрение научно-технических инноваций в сфере высшего образования и т.д. ...» [11].

Вузы Великобритании, по данным международного образовательного рейтинга университетов, по версии QS World University Rankings за 2019 год, вошли в топ 10 лучших университетов мира, уступая лишь США по объемам реализации образовательных услуг (см. таблица 1.9). За последние годы страна активизировала прием иностранных студентов, преподавателей и научных сотрудников с учетом таких принципов, как прочная связь с бизнес-средой, гибкие образовательные программы и тотальный контроль качества

образовательных услуг. Данные принципы прослеживаются в исследованиях М.Ю. Абабковой, где отмечается развитие организаций высшего образования, ориентированного на международное пространство [2, с. 249-254].

Действенным инструментом повышения конкурентоспособности организации в международном образовательном пространстве с целью привлечения иностранных студентов является Интернет. Социальные опросы американских студентов свидетельствуют о том, что 9 из 10 человек использовали Интернет при выборе образовательного учреждения. Многие студенты, в этой связи, отмечают важность внешней привлекательности и маневренности работы веб-сайта университета, так как именно он является для них значимым источником информации при выборе образовательной организации высшего образования.

Однако на современном этапе развития международного сообщества в США, в соответствии с данными Государственного департамента, число студенческих виз, ежегодно выдаваемых для обучения, сократилось с 677928 в 2015 финансовом году до 389579 в 2018 финансовом году [103], уменьшение соответствует 42,5%. В данном случае сработал политический фактор в части задержки виз для студентов из стран, против которых введены международные экономические санкции.

Число иностранных студентов в Германии растет. Причем привлекательной, в том числе и для россиян, ее делает не только высокое качество обучения в вузах, но и престижность. В отчете «Наука, открытая миру» («Wissenschaft weltoffen»), подготовленном Германской службой академических обменов DAAD и Германским центром исследований в сфере науки и высшего образования DZHW, приводятся следующие цифры: в немецких вузах учились два года назад 252 тысячи иностранцев. Это на 16 тысяч больше, чем в предыдущем году, и, судя по всему, тенденция роста сохраняется [153]. В зимнем семестре 2017-2018 годов в Германии было уже 282 тысячи иностранных студентов. Также растет и число иностранных ученых, которые работают в немецких вузах. Этот показатель почти удвоился за последние десять лет. Студенты из России занимают четвертое место

по численности иностранцев в немецких вузах. В 2018 году в Германии учились 10800 россиян. Лидируют же студенты из Китая, которых в этот период было 37 тысяч. За ними с большим отставанием следуют студенты из Индии – 17300 человек, Австрии (11100 учащихся) и Италии (8900 студентов) [53].

В данном случае важен фактор простоты оформления документов для обучения в немецких вузах [184].

Влияние факторов внешней среды, а именно демографический спад 2009 года в Японии, привел к активизации деятельности вузов, ориентированной на привлечение иностранных студентов. С этой целью была разработана программа привлечения иностранных абитуриентов в вузы с помощью оказания финансовой помощи студентам при поддержке государства в различных формах [82, с. 37].

В свою очередь, Российская Федерация в условиях снижения демографических показателей пошла по пути оптимизации образовательных организаций высшего образования, в частности рассматриваются и реализуются процедуры укрупнения. Согласно государственной программе развития образования до 2025 года [109], в условиях демографического спада, а также с учетом новых требований экономики, многие университеты будут реорганизованы, в том числе с помощью слияния. Динамика количества образовательных организаций высшего образования в РФ представлена на рисунке 1.7.

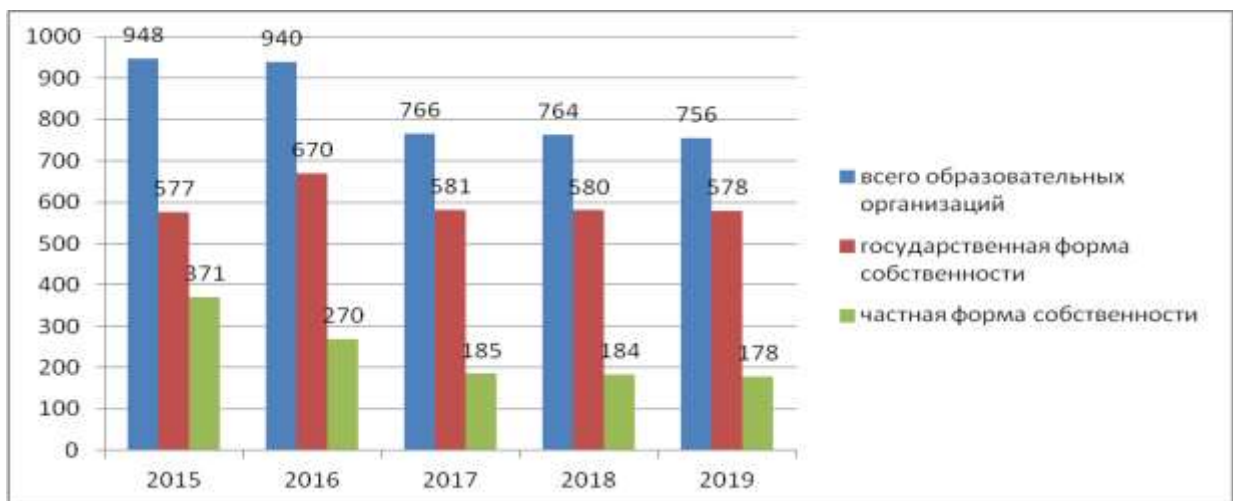


Рисунок 1.7 – Динамика количества образовательных организаций высшего образования в РФ [составлено автором на основе данных [163]]

Причем следует отметить, что укрупнение происходит как государственных, так и частных образовательных организаций высшего образования. Число негосударственных вузов в России за последние пять лет уменьшилось вдвое – с 371 до 178 [197]. На современном этапе продолжается сокращение образовательных организаций высшего образования в РФ, в том числе и государственных, то есть процесс реорганизации, слияния, закрытия вузов идет. Но закрываются в основном вузы негосударственные, а государственные соединяются с более крупными «игроками» на рынке. В результате с 670 вузов за последние четыре года в госсекторе осталось 578 [160].

Динамику прироста числа негосударственных образовательных организаций высшего образования к предыдущему году можно проследить на рисунке 1.8 [164].

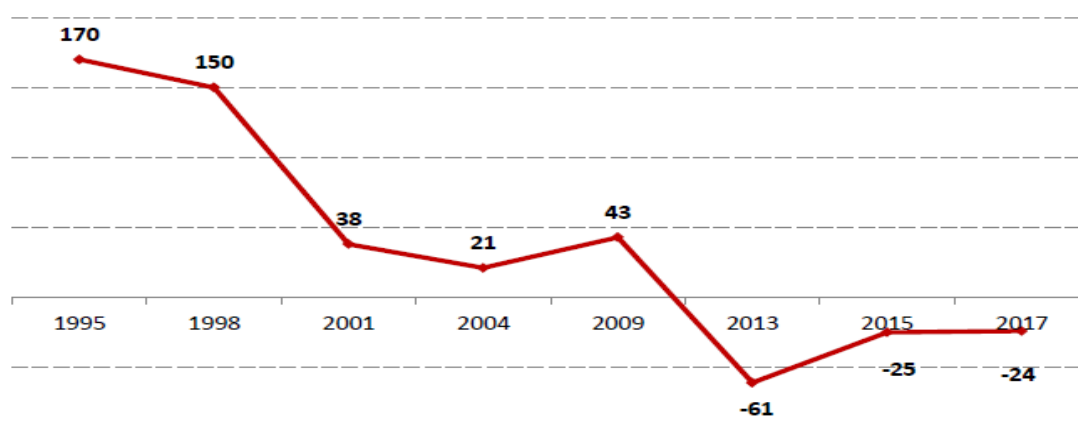


Рисунок 1.8 – Прирост числа негосударственных образовательных организаций высшего образования к предыдущему году, ед. [составлено на основании данных источника[164]]

Соответственно доля коммерческих образовательных организаций высшего образования по регионам распределилась следующим образом (рисунок 1.9)

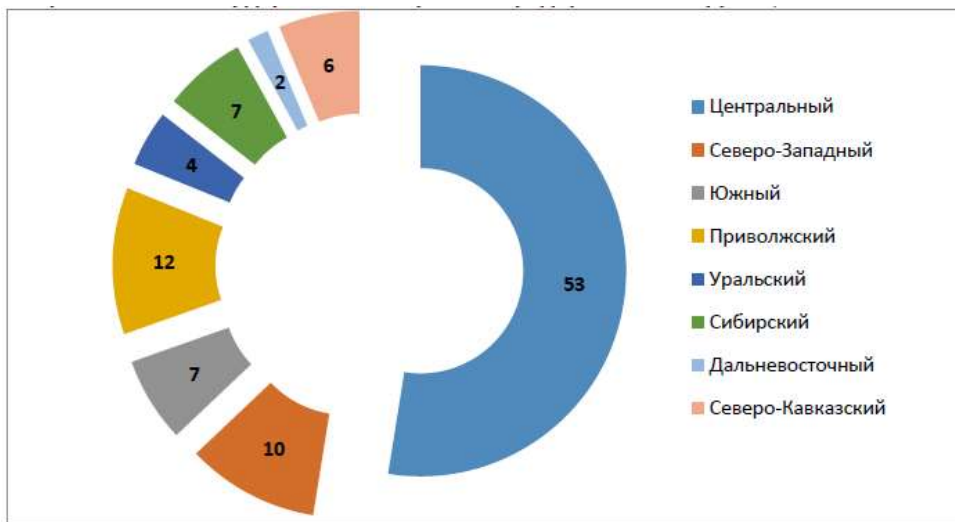


Рисунок 1.9 – Доля негосударственных образовательных организаций высшего образования в общем числе негосударственных вузов по федеральным округам, % [составлено на основании данных источника [164]]

В Луганской Народной Республике (ЛНР), а также и в Донецкой Народной Республике (ДНР) за последние пять лет правовая форма организации образовательных организаций высшего образования остается на 100% государственной [115]. Таких организаций 7 в ЛНР и 16 в ДНР. За последние шесть лет существования данных республик все частные организации, которые существовали до 2014 года не выдержали конкуренции по отношению к государственным учреждениям в связи с уменьшением контингента абитуриентов и снижением покупательской способности у населения.

Также в России, как предполагает Минэкономразвития, на 80% сократится сеть филиалов вузов, а общее число университетов – на 40% [201]. Это вполне согласуется с тем, что и численность профессорско-преподавательского состава также корректируется в расчете на количество поступивших абитуриентов. На данный момент такое соотношение в РФ составляет 1 к 12 [105], такой же показатель в США и странах БРИКС. Тогда как в зарубежных странах такая нагрузка существенно отличается и составляет, например, в Германии 1 к 14, во Франции 1 к 16, Австралия 1 к 22 [62, с. 76-79]. В то же время большинство экспертов склоняется к тому, что такая нагрузка будет увеличиваться в связи с

ростом демографической ситуации в РФ после 2025 года, когда система высшего образования будет полностью оптимизирована и укрупнена. В результате, через десять лет можно прогнозировать проявление такого явления, как «образовательная лихорадка» [63, с. 99-102], которое действует в ряде восточноазиатских стран. В данном случае на первый план будет выходить компетентностный подход в подготовке специалистов для рынка труда.

Анализ соотношения частной и государственной формы собственности РФ кардинально отличается в Европейских странах, так как реализуются принципы свободы преподавания и автономности университета. Такие принципы поддерживаются более чем 850 университетами из 88 стран мира [25].

На современном этапе развития системы высшего образования в РФ к 2021 году прогнозируется 4,2 млн студентов (рисунок 1.10).

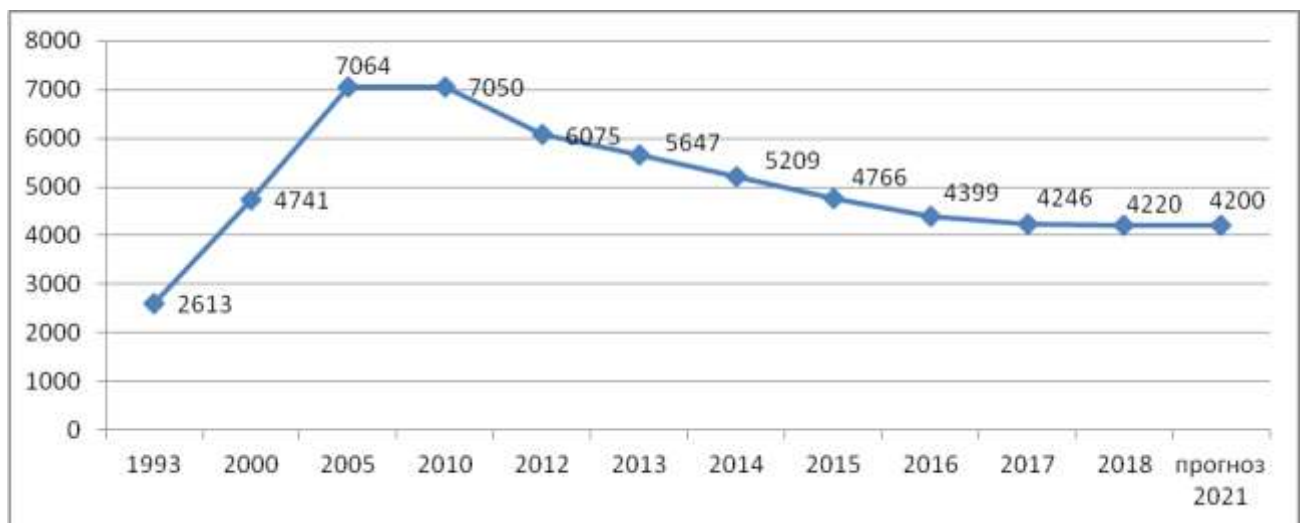


Рисунок 1.10 – Численность студентов, обучающихся в образовательных организациях высшего образования РФ (тыс. чел.) [составлено автором на основе данных [163]]

Для сравнения – в 2010 г. в РФ было 7,5 млн студентов [187]. Причем соотношение абитуриентов, которые выбирают систему образования ведет к тому, что преобладает именно высшее образование. Если сопоставить данные по количеству образовательных организаций с количеством студентов, то получается

показатель нагрузки на одну организацию высшего образования в 2015 году – 5027 студентов, а на начало 2019 года данный показатель уже равен 5812 студентов. То есть на одну образовательную организацию увеличивается нагрузка как за счет сокращения образовательных организаций, так и роста контингента абитуриентов. Такую нагрузку можно сравнить с Германией, где на момент 2018 года существует 427 организаций высшего образования. Из них 108 университетов (Universität), 6 высших педагогических школ (Pädagogische Hochschule), 17 высших школ технологии (Theologische Hochschule), 52 высших школ искусства (Kunsthochschule), 215 специализированных высших школ (Fachhochschule) и 29 высших школ управления (Verwaltungsfachhochschule). Доля организаций с частной собственностью составляет всего 18,2% или 78 организаций. Общая численность студентов составляет 2,357 млн чел., и средняя загрузка одной образовательной организации составляет 5520 студентов, что приближает данный показатель к такому же показателю, как и в Российской Федерации.

Сопоставляя количество жителей на территории Германии с Россией, то статистические данные соответствуют: 87,79 млн чел. [97] к 146,78 млн чел. [163]. На обозначенное количество населения количество образовательных организаций высшего образования соотносится соответственно 427 к 756. Соотношение количества студентов в данных организациях также соответствует 2,35 млн студентов к 4,22 млн студентов. Как видно из представленных данных, можно вывести зависимость количества университетов от количества населения в данном государстве. Проводя компаративный анализ системы высшего образования в Германии и России, можно проследить зависимость количественных показателей. Чем больше количество трудоспособного населения, тем лучше функционируют и развиваются образовательные организации высшего образования. Средняя загрузка на одну такую организацию составляет 5500 студентов, а количество образовательных организаций высшего образования соответствует 205597 чел. (87,79 млн чел. / 427 образовательных организаций) в Германии и 194153 чел. (146,78 млн чел./ 756 образовательных

организаций) в России. То есть чем ниже данное соотношение, тем больше возможностей у граждан получить отечественное образование, так как формируется конкурентная среда в данной сфере.

Анализ стоимости за обучение среди наиболее популярных вузов г. Москвы представлен на рисунке 1.11. Стоимость обучения представлена по очной форме в рамках наиболее популярных специальностей (менеджмент, политология и журналистика). Также важно отметить и такой показатель, как качество приема в российские вузы. Причем родители абитуриентов с доходами выше среднего могут себе позволить стоимость обучения в 300-500 тыс. руб. в год, но не всегда смогут поступить в престижный вуз в связи с низкими балами по ЕГЭ.

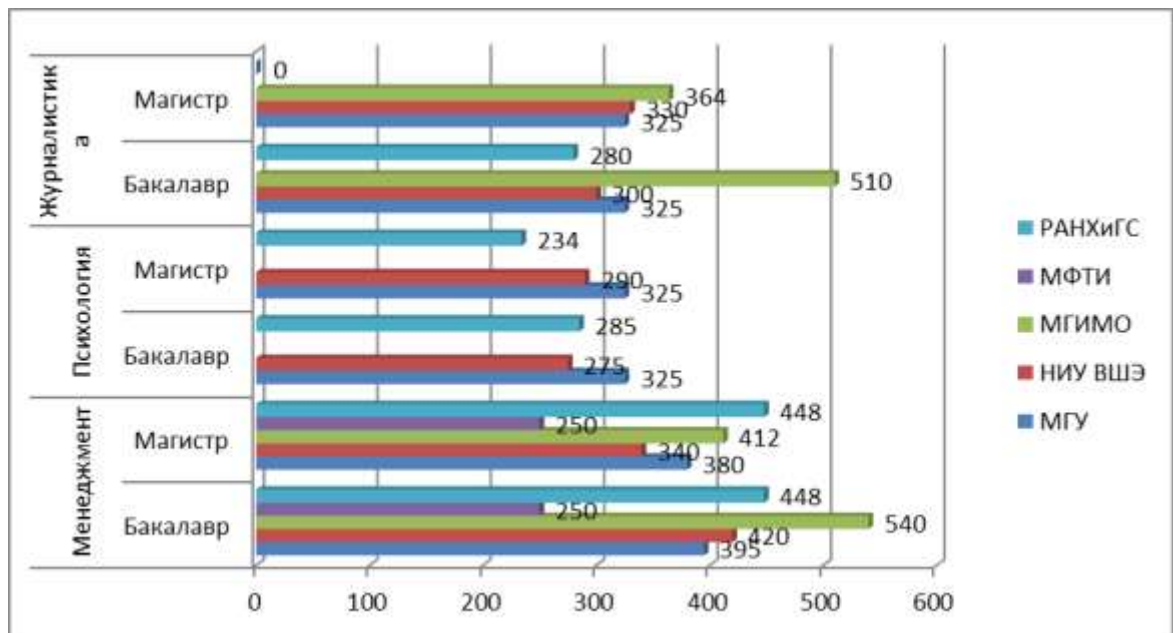


Рисунок 1.11 – Сравнительный анализ стоимости обучения (очная форма) в популярных вузах г. Москвы (тыс. руб. в год) [составлено автором на основе данных [7; 126; 170]]

В другую группу вузов входят менее популярные вузы, которые уступают в части имиджевых составляющих, качества и инноваций в образовательном процессе. Стоимость обучения в данных организациях представлена на рисунке 1.12.

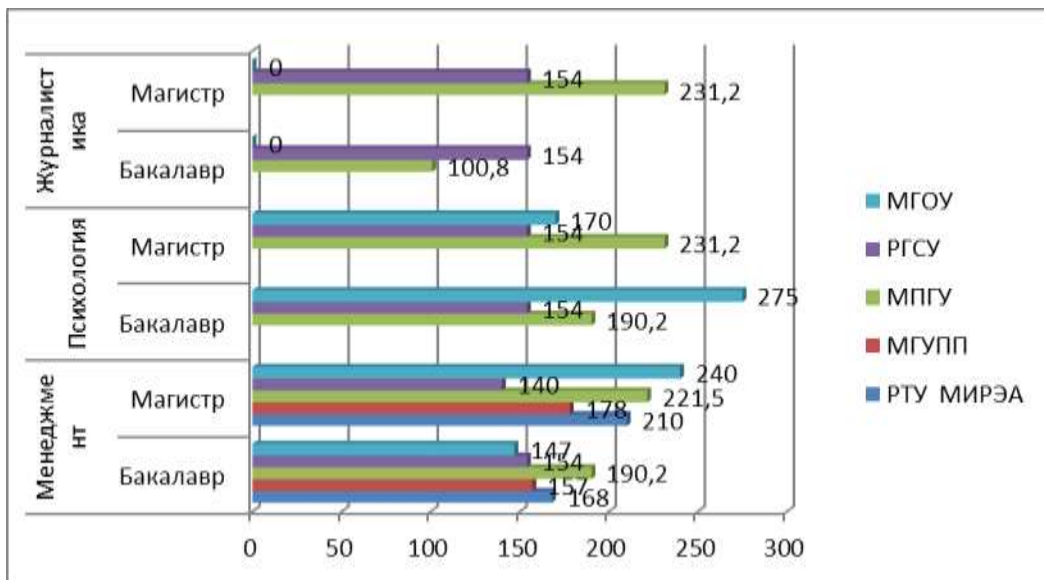


Рисунок 1.12 – Сравнительный анализ стоимости обучения (очная форма) в других вузах г. Москвы (тыс. руб. в год) [составлено автором на основе данных [7; 126; 170]]

Сравнивая стоимость обучения (рисунки 1.11 и 1.12) можно отметить разницу практически в два раза по стоимости. Анализ стоимости за обучение по направлениям подготовки в МИРЭА – Российский технологический университет за 2019 год варьируется в пределах 160-180 тыс. руб. в год [39].

Регулирующим аспектом в принятии решения о поступлении становятся баллы ЕГЭ. Количество зачисленных абитуриентов, как на бюджетную форму обучения, так и контрактную с высокими баллами свидетельствует о престижности образовательной организации.

Итак, к выбору платной формы обучения с позиции лиц, принимающих решение (ЛПР) – родителей и абитуриентов, в вузе необходимо подходить с такой же ответственностью, как и к выбору специальности. После того как имеется понимание о возможности поступления на ряд специальностей и вузы, тогда ЛПР ведет отбор для поступления по таким направлениям, как: качество обучения, имидж вуза, возможность трудоустройства после окончания образовательного заведения.

Далее проанализируем объемы приема в образовательные организации высшего образования в РФ, который представлен на рисунке 1.13. То есть 53%

абитуриентов поступают в высшие учебные заведения, а 47% ориентируется на среднее профессиональное образование. Численность студентов, обучающихся по программам высшего образования, по сравнению с 2016 г. уменьшилась на 179 тыс. чел., причем значительное сокращение численности произошло в частных организациях (на 10,3%). При этом постепенно растет число студентов, получающих образование с применением дистанционных образовательных технологий, базирующихся на использовании компьютеров и телекоммуникационной сети (с 10,2% в 2017 г. до 11,3% в 2018 г.).

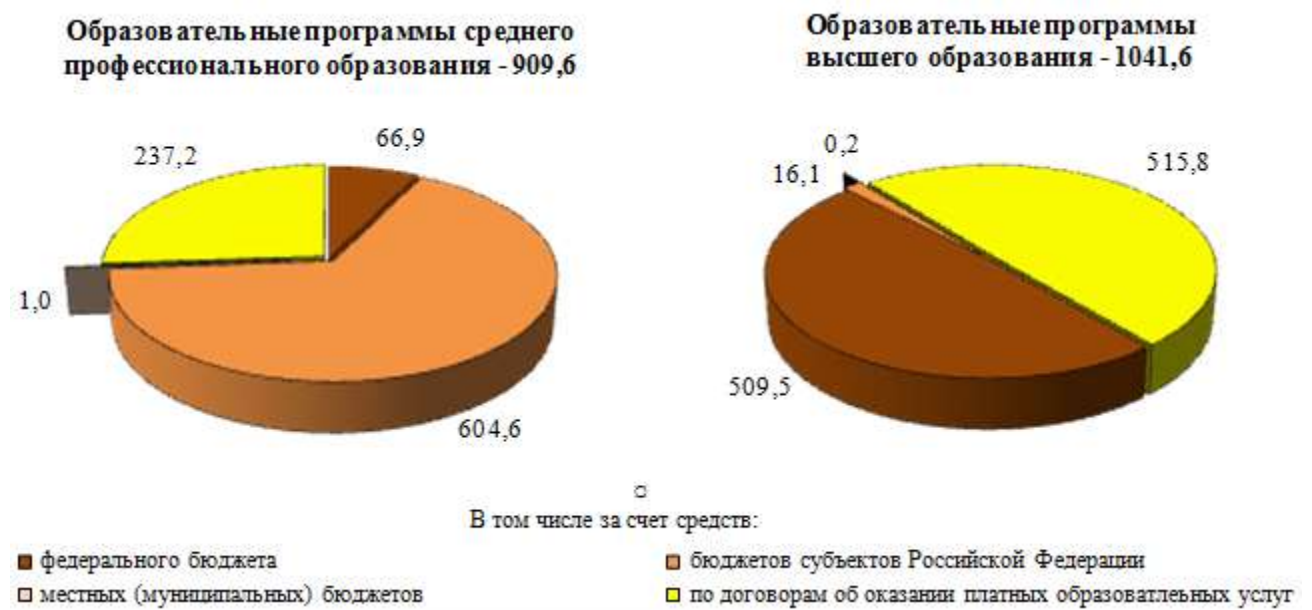


Рисунок 1.13 – Объемы приема абитуриентов в системах среднего профессионального и высшего образования в 2019 г. (тыс. чел.) [составлено автором на основе данных [7]]

Это говорит о том, что современная технология преподавания уже переходит в информационное пространство и, в большинстве случаев, нахождение преподавателей в аудитории уже переходит на задний план, и студент может получать образование, не находясь в аудитории [81, с. 49-57]. Хотя нормативы государственных стандартов для получения лицензии и дальнейшей аккредитационной экспертизы обязывают образовательные организации содержать аудиторный фонд в расчете на количество обучающихся.

Современные эксперты [9, 38, 121] утверждают, что программы подготовки специалистов в системе высшего образования не учитывают современных реалий, особенно на постсоветском пространстве. Если посмотреть историю европейского образования, то первым университетом считается Университет Болоньи (Università di Bologna, UNIBO), основанный в 1088 году. Его девиз звучит как *Alma mater studiorum* - Мать-кормилица учения. Девиз Оксфорда – *Dominus illuminatio mea* (Господь – мой свет). То есть сначала нужно показать человеку свет, уделить внимание воспитанию, а знания укладывать на этот базис [50].

В системах общеобразовательного и высшего образования необходимо менять подход к обучению. Безусловно, всегда должна оставаться база для изучения – русский язык, литература, математика, но нужно и новые предметы вводить: учить детей планированию, постановке целей, финансовой грамотности, информационной безопасности (поиск и анализ необходимой информации в цифровых информационных ресурсах). Всему тому, что важно для современной жизни. Сам подход к обучению нужен другой. Сегодня в корпоративных университетах международных компаний и экспериментальных школах будущего [49] уже отсутствуют традиционные классы с рядами парт, отсутствуют лекторы, а работают тьютеры и тренеры. Столы ставят полукругом, чтобы человек был более открыт к дискуссиям, взаимодействию, исследованиям. Люди работают в группе, образуют команды, а не в формате «один человек говорит, остальные его слушают» – такой подход уже не работает в современном информационном обществе, то есть истина рождается в спорах и обсуждениях.

Высшее образование в европейских странах рассматривается, как инвестиция в будущее. Именно поэтому абитуриенты европейских стран не спешат поступать сразу после средней школы в образовательные организации высшего образования. В большинстве случаев это происходит только после двух – трех лет поиска и выбора профессии. Психология поведения таких абитуриентов основывается на тезисах: программирование можно освоить и на пенсии, китайский язык можно выучить и в сорок лет. Но вот профессиональные навыки – это фундамент, который достаточно сложно осваивать в временном

интервале 4-6 лет.

То есть общемировые тенденции сводятся к концепции свободных и мобильных университетов в части организационно-экономического аспекта. Большой упор делается на подготовку высококлассных специалистов, востребованных на рынке труда, а ориентация на привлечение абитуриентов сводится не только к внутреннему рынку, но и ориентируется на международный. В то же время Россия единственная страна в мире, которая оценивает работу системы образования не по качеству, а по форме учредительства и количеству поступивших человек на определенные профессии. Так, с 2010 года Высшая школа экономики и компания Яндекс при поддержке Минобрнауки России и Рособнадзора ежегодно проводят исследования итогов летней приемной кампании в российские образовательные организации высшего образования. Так, образовательных организаций по итогам вступительной кампании 2019 года со средним баллом на бюджетных местах 80+ (очень высокое качество) стало 54; образовательных организаций с высоким качеством приема (меньше 80-70+) – 119. В 2018 году таких организаций было 38 и 120. То есть наблюдается общий рост «зеленой» группы вузов на 11. В топ-25 государственных вузов по качеству бюджетного приема (численность приема – более 100 чел.) вошли 15 московских вузов, 6 петербургских, два из Нижегородской области и по одному из Новосибирской области и Пермского края. 4 вуза в топовой группе – филиалы: все три филиала НИУ ВШЭ и один филиал РАНХиГС. Одиннадцать вузов этой группы имеют средний балл бюджетного приема выше 90 (в 2018 г. таких вузов было 7), среди них есть вузы с большим набором (от 1 до 3 тыс. чел.): МГУ, СПбГУ, НИУ ВШЭ, Университет ИТМО [95]. По результатам мониторинга вступительной кампании в образовательные организации высшего образования РФ можно выделить 5 групп направлений подготовки с разными структурами приема. Первая группа характеризуется большим количеством бюджетных и платных мест, и на все места высокий спрос с хорошим качеством. К этой группе относится система здравоохранения (рисунок 1.14).

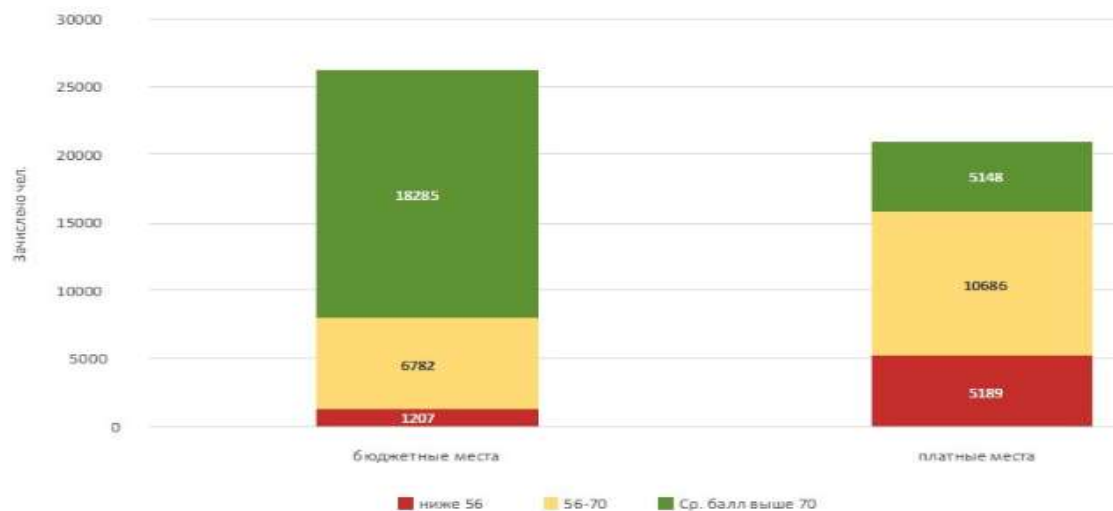


Рисунок 1.14 – Количество зачисленных абитуриентов в медицинские организации высшего образования [составлено по материалам исследования [95]]

Вторая группа приема абитуриентов характеризуется малым количеством как бюджетных, так и платных мест, а качество приема среднее или низкое. Это такие направления подготовки, как: «Вооружение» «Морская техника», «Металлургия» (рисунок 1.15).

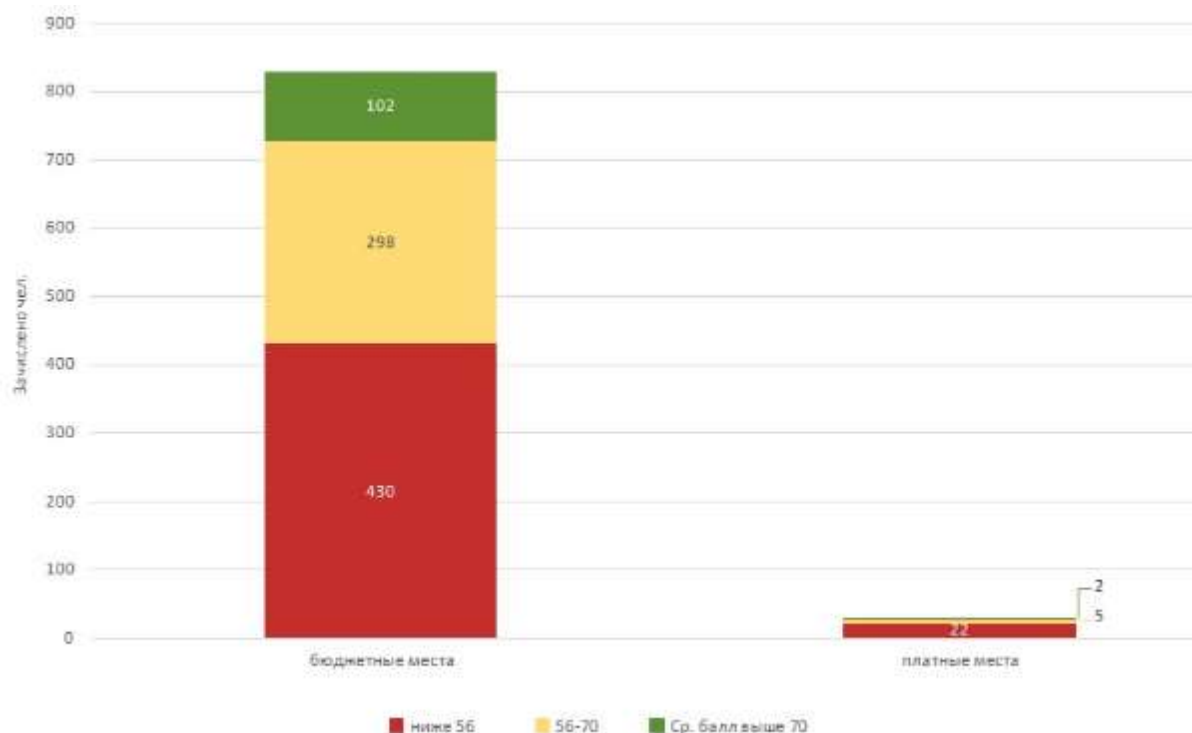


Рисунок 1.15 – Количество принятых абитуриентов по направлениям с малым количеством бюджетных и платных мест в 2019 году [составлено по материалам исследования [95]]

Третья группа характеризуется ситуацией, когда в образовательных организациях присутствует очень много бюджетных мест и почти нет платного приема. В целом, низкое качество приема и по бюджетным, и по платным местам, что характерно для направлений: «Сельское и рыбное хозяйство», «Транспортные средства» и различные технологические направления (рисунок 1.16).

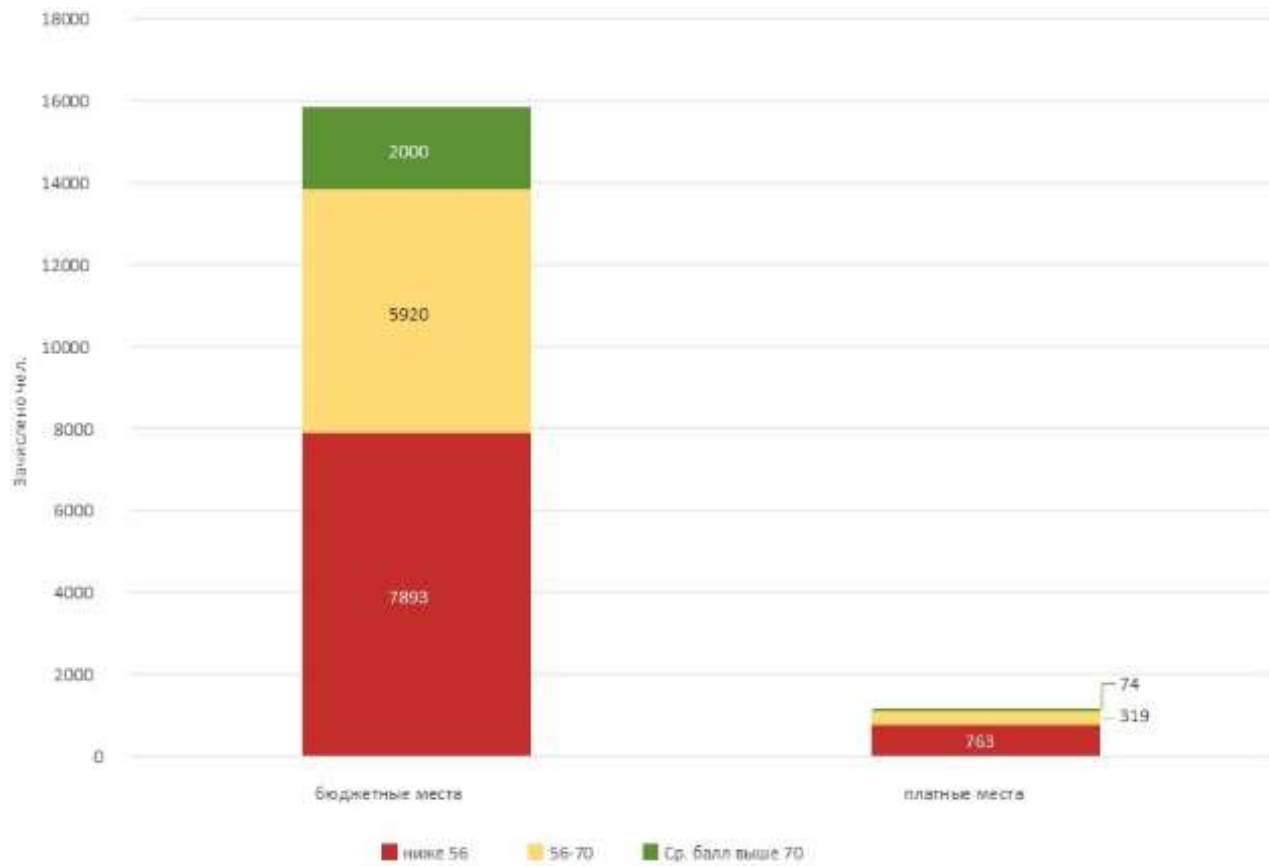


Рисунок 1.16 – Количество принятых абитуриентов по направлениям подготовки с большим количеством бюджетных и малым количеством платных мест за 2019 год [составлено по материалам исследования [95]]

Четвертая группа приема абитуриентов совершенно противоположна предыдущей ситуации, когда представлено мало бюджетных мест и много платных мест с высоким качеством приема. Это такие направления подготовки как «Востоковедение», «Лингвистика», «Реклама и связи с общественностью» (рисунок 1.17). То есть анализ каждой группы приема абитуриентов позволит выработать различные стратегические решения и взвесить все положительные и отрицательные моменты. Так, например, третья и четвертая группа приема

деформировали рынок спроса, но за счет искусственного ограничения по бюджетным местам государство достигло того, что на рынок выходят меньшее количество специалистов по востребованной специальности. Однако такое ограничение нивелирует социальный аспект, когда доступ к такому образованию могут получить не все слои населения, особенно с доходом средним и ниже среднего.

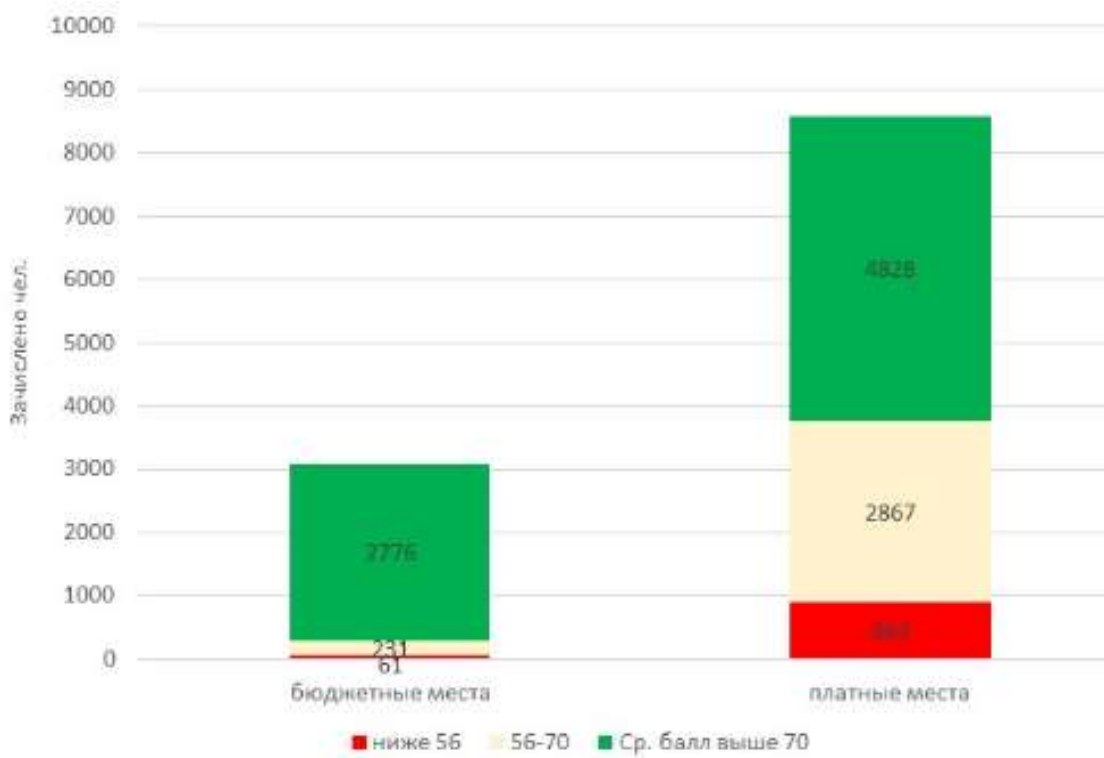


Рисунок 1.17 – Количество принятых абитуриентов по направлениям подготовки с малым количеством бюджетных и высоким количеством платных мест с высоким качеством приема за 2019 год [составлено по материалам исследования [95]]

И последняя группа характеризуется массовостью, когда платный набор существенно превышает бюджетный, большой разрыв качества между бюджетным и платным приемом. Такая ситуация характерна для таких направлений, как: «Менеджмент», «Экономика», «Юриспруденция» и «Государственное и муниципальное управление» (рисунок 1.18). Как следствие современного обучения и системы образования как в РФ, так и в ЛНР – это

тысячи, сотни тысяч менеджеров среднего звена, которые после окончания образовательных организаций высшего образования выходят на рынок. У многих из них есть аттестаты с отличием и красные дипломы, но отсутствуют глубокие знания и опыт. И если менеджер без знаний на должности маркетолога или СЕО-специалиста несет ответственность в создании кризисных явлений в виде банкротства предприятия или снижения его рентабельности, то в медицине или строительстве, где цена ошибки очень высока, появление таких людей пугает.

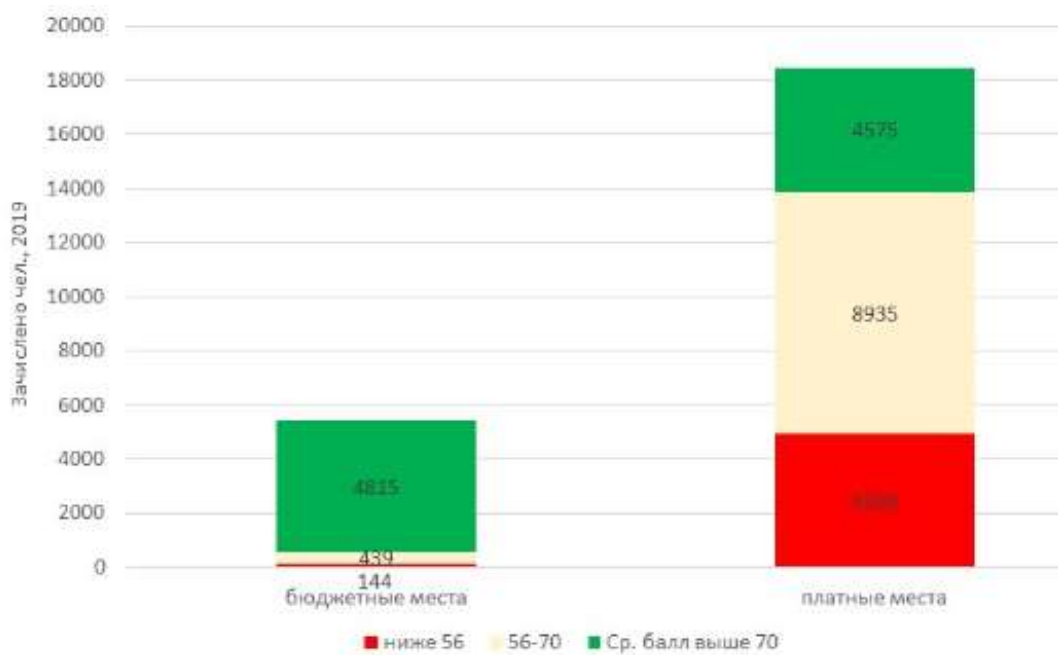


Рисунок 1.18 – Количество принятых абитуриентов по направлениям подготовки с высоким количеством платных мест и с высоким разрывом в качестве приема за 2019 год [составлено по материалам исследования [95]]

Говоря о пятом направлении, когда рынок труда перенасыщен данными специальностями, важно увеличивать ценовую политику и ограничивать лицензионные наборы на данные специальности.

Вторая группа набора в основном ориентирована на подготовку специалистов для крупных предприятий, для чего важно укрупнять такие образовательные организации и стимулировать их развитие при условии их плотной связи с реальным сектором экономики. В то же время высокое качество

абитуриентов по медицинским специальностям позволяет говорить о том, что такие образовательные организации следует поддерживать в направлении модернизации учебного процесса, что позволит получить высокие результаты на выходе.

Анализ соотношения количества бюджетного и платного приема отмечен на рисунке 1.19.

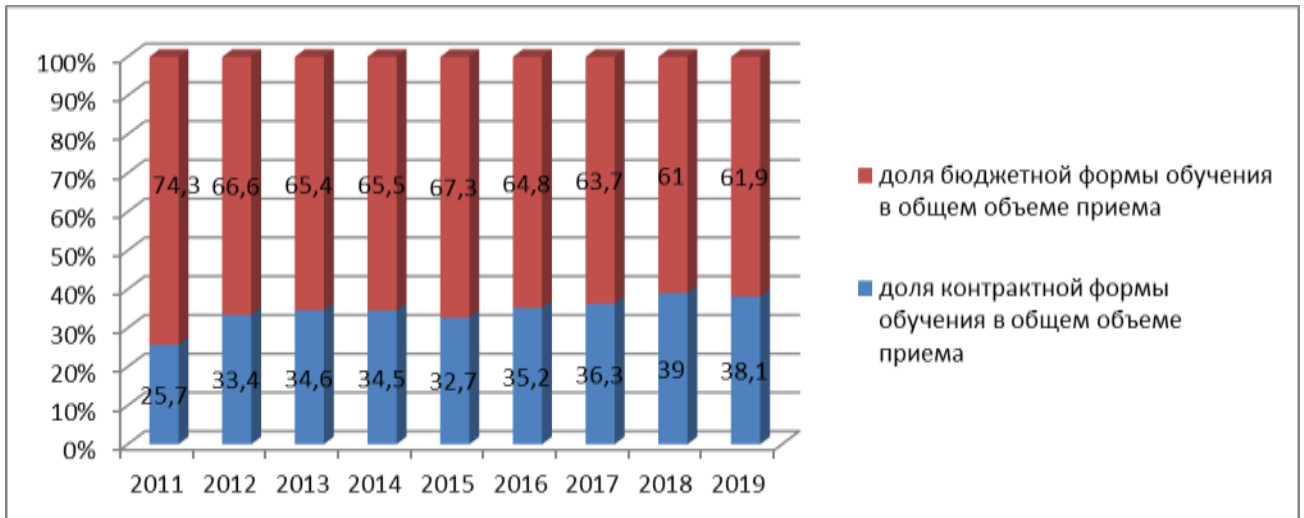


Рисунок 1.19 – Соотношение бюджетного и платного приема в образовательные организации высшего образования РФ в период 2011-2019 гг. [составлено по материалам исследования [95]]

Однако если проанализировать наукометрические параметры образовательных организаций высшего образования в РФ, то окажется, что такой показатель уровня конкурентоспособности, как наукометрия с финансированием бюджетных мест практически никак не коррелируется. Рейтинг научной производительности строится на двух ключевых принципах. Первый – узкая специализация и глубокое погружение в проблематику. Наиболее авторитетные российские и международные исследования – не имеет значения, оценивают они вузы в целом или в отдельных предметных областях, как правило, стремятся к комплексному анализу деятельности университетов [154].

Если анализировать те вузы РФ, которые получают хорошее бюджетное

финансирование, те, которые мало финансируются из бюджета и вообще не финансируются, то окажется, что ведущие те, которые очень мало получают бюджетного финансирования. Так, например, в рейтинге публикационной активности Высшая школа экономики заняла первое место по направлению «Гуманитарные науки», на втором месте МГУ им. М.В. Ломаносова (Приложение В). В то же время из федерального бюджета РФ объем контрольных цифр приема (КЦП) принят для МГУ – 1221 место, а для ВШЭ – 499 мест в соответствии с приказом МОН РФ № 315 от 15.05.2019 г. (Приложение Г).

Если говорить о том, что необходимо повышать уровень конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования, то в основе данного процесса должны быть заложены критерии мировых рейтингов. В России берется за основу для оценки организационно-экономической составляющей организации высшего образования количество студентов, которые поступили на бюджетные места. И пока эта ситуация останется такой, как сейчас, сложно рассчитывать на высокий уровень конкурентоспособности российских образовательных организаций высшего образования на международном уровне. Апробировать данный опыт оценки организационно-экономических составляющих образовательных организаций для Луганской Народной Республики сложно, так как в условиях снижения уровня и качества жизни населения из-за влияния политического фактора в приоритете остается сохранить существующий научно-технический потенциал и работать только для внутреннего рынка труда.

Также следует отметить, что уровень конкуренции в высшем образовании как на территории ЛНР, так и Российской Федерации остается очень высоким, образование стало реально глобальным, очень высокими темпами развивается онлайн-образование как важнейшая часть организационно-экономической составляющей образовательной организации. Заинтересовать студентов – задача всех университетов. Если молодые граждане, выпускники школ не хотят учиться, то перспективы развития экономики чрезвычайно печальны. В данном случае образовательным организациям высшего образования следует плотно работать с

системой общего образования (школами) для реализации совместных программ, которые могут формировать современное научное мировоззрение, формировать ту самую мотивацию для получения профессии, которую школа не всегда способна помочь сформировать. Важно, что молодое поколение должно найти в системе образования ресурс для собственного развития.

Высшим образовательным учреждениям, которые ежегодно обучают иностранных студентов, необходимо постоянно мониторить международный образовательный рынок с целью выявления основных конкурентов. Мероприятия по стимулированию сбыта образовательных услуг позволят повысить уровень лояльности потребителей, что несомненно отразится на репутации соответствующей организации как гаранта предоставления качественных образовательных услуг.

Выводы к главе 1

С помощью системного анализа различных трактовок, среди отечественных и зарубежных авторов были структурированы подходы к определению понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования». Такая систематизация позволила уточнить данное определение, как комплексная характеристика рыночных позиций образовательного учреждения высшего образования, которая включает в себя ряд действующих и потенциальных возможностей, что позволит ему выгодно отличаться от конкурентов и занимать лидирующие позиции на рынках образовательных услуг и труда в долгосрочной перспективе. Определены критерии и факторы качества образовательных услуг на основе модели пяти движущих сил конкуренции М. Портера. К критериям качества образовательной услуги следует отнести: информационно-коммуникационное обеспечение основных бизнес-процессов; уровень

доступности услуги; имидж образовательной организации; безопасность; надежность; знания; корпоративная культура; компетентность персонала; реакция сотрудников; материально-техническое обеспечение. Данные критерии качества услуги становятся основой организационно-экономического потенциала ОО ВО и могут оцениваться в трех уровнях: ожидание, восприятие и значимость. На основе анализа существующих методов оценки конкурентоспособности образовательной услуги представлена их структура: признак метода, направление исследования, форма предоставления данных, построение профиля конкурентоспособности. Также автором обобщено определение «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования» – это способность организации занять свою нишу в конкретном сегменте на рынке образовательных услуг, умение эффективно использовать организационно-экономические составляющие, а также иметь конкурентное преимущество перед другими предприятиями, удовлетворяя нужды потенциальных потребителей более качественным предоставлением образовательных услуг.

В качестве организационно-экономической составляющей в обеспечении конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования выделены стратегические и маркетинговые инструменты, направленные на удовлетворение не только потребностей и интересов потребителей, но и на обеспечение благосостояния как отдельного потребителя, так и общества в целом.

Отмечается, что военно-политический конфликт на Донбассе значительно уменьшил образовательное пространство, в результате чего уменьшился и контингент поступающих в те ОО ВО, которые ранее были рассчитаны на значительно большее количество абитуриентов со всей Луганской и Донецкой областей. Еще больше снизило уровень конкурентоспособности образовательных услуг в ЛНР и ДНР два фактора – это отток квалифицированного преподавательского состава и официальная непризнанность дипломов о высшем образовании в мировом масштабе, кроме Российской Федерации и стран с частичным признанием (Южная Осетия, Абхазия).

Определена специфика предоставления образовательных услуг ОО ВО,

которая заключается в: продолжительности и периодичности их предоставления; продолжительном периоде выявления результата по итогам обучения; необходимости дальнейшего сопровождения услуги в зависимости от места проживания потребителя. Отмечено, что в условиях конкуренции на рынке образовательных услуг все определяет потребитель. Поэтому важно обратить внимание на такую организационную составляющую, как маркетинговые исследования ситуации на целевом рынке. В этой связи формирование спроса и удержание потребителя должно являться главной целью ОО ВО. А умение продвинуть свои услуги на рынок, найти своего потребителя и изучить его потребности позволит ОО ВО занять лидирующие позиции на рынке и получить ожидаемый эффект. Так как разные потребители отличаются разнообразными потребностями, то целесообразно разделить рынок образовательных услуг на сегменты, к каждому из которых будет принадлежать группа потребителей с идентичными потребностями. Именно эффективная система привлечения и удержания потребителей на рынке образовательных услуг позволит ОО ВО в долгосрочной перспективе оставаться на «плаву», для чего предлагается активно использовать социальные коммуникации, которые, как известно, являются неотъемлемым элементом организационно-экономического комплекса.

Детализированы организационно-экономические составляющие для повышения уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования с учетом международной практики рейтинговых оценок таких учреждений. В условиях Луганской Народной Республики такие составляющие актуализируются в других направлениях: международное признание дипломов об образовании; обеспечение современными технологиями процесса обучения; проведение опросов абитуриентов относительно выбора образовательной организации и будущей профессии; привлечение зарубежных абитуриентов и научно-педагогических кадров. Данные организационные составляющие обязательно должны быть включены в государственную программу по повышению конкурентоспособности высших образовательных учреждений.

Также в рамках организационно-экономических составляющих обеспечения конкурентоспособности ОО ВО изучен стратегический подход к успешному функционированию на рынке образовательных организаций высшего образования. Определены основные факторы, влияющие на формирование стратегии развития образовательной организации высшего образования. В результате, стратегические цели, которые должны ставиться руководством образовательной организации высшего образования, не должны существовать независимо друг от друга, они должны быть сбалансированными с основными организационно-экономическими возможностями. Формулирование стратегических целей должно опираться на разработанный конкурентный профиль организации.

Процесс обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования изучен на основе зарубежного опыта, в частности ведущих университетов, занимающих первые позиции в мировых рейтингах, а именно: QS World University Rankings и Times Higher Education. Основными организационно-экономическими составляющими университета являются следующие: академическая репутация, репутация среди работодателей, соотношение количества студентов и научно-педагогического состава университета, доля иностранцев в научно-педагогическом составе, доля иностранцев в общем числе студентов, число цитирований на одного сотрудника. Для обеспечения высоких показателей в международном рейтинге важную роль в данном процессе играет государство. Так, для обеспечения конкурентоспособности своих ОО ВО многие страны создают специализированные национальные агентства для продвижения за рубежом своего высшего образования, привлечения иностранных студентов и преподавателей. Наибольшее количество представительств по всему миру открыто у таких стран, как США, Великобритании, Франция, Германия. Также такие представительства совместно с миграционными службами государства обеспечивают упрощенную процедуру получения виз и подготовки всех необходимых документов для пребывания в соответствующем государстве. Так, Япония на государственном уровне утвердила программу привлечения

иностранных абитуриентов в свои вузы с помощью оказания финансовой помощи студентам при поддержке государственного финансирования в различных формах. Принятие такой программы помогло оставить на прежнем уровне количество вузов в условиях уменьшения демографической ситуации в стране.

Одним из практических инструментов обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования в международном масштабе стала интернационализация. В данном случае важная роль отводится международному отделу в структуре управления, отвечающего за координацию действий между всеми подразделениями высшего образовательного учреждения и внешними партнерами, к числу которых можно отнести: иностранных студентов, иностранных преподавателей и исследователей.

Для усиления конкурентных позиций как организационная составляющая на международном рынке интересен опыт Франции, когда в рамках государственной политики осуществляются процессы по объединению и укрупнению образовательных организаций, примером такого процесса стал Париж-Сакле. По такому же пути идет и Российская Федерация. В условиях снижения демографических показателей реализуется программа оптимизации образовательных организаций высшего образования, в частности рассматриваются и реализуются процедуры укрупнения.

В рамках таких организационных аспектов, как объединение образовательных учреждений выделен относительный показатель оценки таких процессов в виде количества студентов на одно образовательное учреждение, отношение образовательных учреждений к количеству населения. Проводя компаративный анализ системы высшего образования в Германии и России, можно проследить зависимость количественных показателей. Чем больше количество трудоспособного населения, тем лучше функционируют и развиваются образовательные организации высшего образования.

Определено, что важной экономической составляющей при выборе образовательной организации высшего образования в РФ становится стоимость

обучения и набранные балы по ЕГЭ. Общемировые тенденции в развитии образовательных организаций сводятся к концепции свободных и мобильных университетов в части организационно-экономического аспекта. Большой упор делается на подготовку высококлассных специалистов, востребованных на рынке труда, а ориентация на привлечение абитуриентов сводится не только к внутреннему рынку, но и на международный. В то же время Россия единственная страна в мире, которая оценивает работу системы образования не по качеству, а по форме учредительства и количеству поступивших человек на определенные профессии. Так, количество зачисленных абитуриентов как на бюджетную форму обучения, так и контрактную с высокими баллами свидетельствует о престижности образовательной организации.

В результате изучения зарубежного опыта в комплексе следует отметить, что уровень конкуренции в мировом масштабе остается очень высоким, образование стало реально глобальным, очень высокими темпами развивается онлайн-образование как важнейшая часть организационно-экономической составляющей образовательной организации.

Таким образом, все вышеперечисленные организационно-экономические составляющие являются приемлемыми для условий ЛНР с позиции оценочных показателей, кроме международного сотрудничества. В данном случае есть ограничения в связи с международным признанием. С позиции программ поддержки и привлечения иностранных специалистов и студентов в условиях ЛНР и ДНР, то данную программу необходимо запускать сразу же после прохождения российской аккредитации.

Основные положения первой главы опубликованы в работах [131; 132; 134; 136; 137; 141-143; 145; 147; 150].

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

2.1. Анализ организационно-экономических составляющих образовательных организаций высшего образования

Для того чтобы говорить о рынке образовательных услуг в сфере высшего образования ЛНР, целесообразно понимать значение таких понятий, как «рынок» и «образовательная услуга» в трудах ученых.

По мнению Ф. Котлера, рынок – это совокупность всех реальных и потенциальных покупателей определенного продукта [79, с. 352]. В качестве реальных и потенциальных покупателей продукта в сфере высшего образования могут выступать выпускники школ, лицеев, колледжей, а также дипломированные специалисты, которые по различным причинам решили получить второе высшее образование или повысить свою квалификацию.

Под комплексом действий в реализации «образовательной услуги» будем понимать подготовку, переподготовку, повышение квалификации потребителей услуг в сфере высшего образования. Таким образом, можно сказать, что рынок образовательных услуг имеет ряд своих особенностей, связанных со спецификой предлагаемого продукта.

На момент начала 2020 года в Луганской Народной Республике функционирует 7 образовательных организаций (учреждений) высшего образования (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Образовательные организации высшего образования Луганской Народной Республики [составлено автором на основании отчета МОН ЛНР [92]]

Образовательная организация	Ведомственное подчинение
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»	Министерство образования и науки Луганской Народной Республики (далее – МОН ЛНР)
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»	
ГОУ ВО ЛНР «Донбасский государственный технический институт»	
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»	Министерство сельского хозяйства и продовольствия
ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки»	Министерства здравоохранения
ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»	Министерство культуры спорта и молодежи
ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних дел имени Э.А. Дидоренко»	Министерство внутренних дел

В соответствии со статьей 36 Конституции ЛНР, каждый гражданин имеет право на конкурсной основе получить первое бесплатное высшее образование [73]. Взаимоотношения между образовательными организациями высшего образования и потребителями услуг определяет соответствующий закон ЛНР «Об образовании» [107].

По данным отчетов за 2018-2019 гг. МОН ЛНР формирование расходов Государственного бюджета образовательным организациям (учреждениям), находящимся в ведении МОН ЛНР, осуществлялось исходя из реальной потребности в приобретении средств и на основании основных производственных показателей, таких как: количество обучающихся (воспитанников, учащихся, студентов), количество классов (групп), штатной численности, утвержденных тарифов на коммунальные услуги и энергоносители, и другие объемы услуг и работ. Расходы, которые включались при формировании проектных показателей, были четко обоснованными, так как соблюдался принцип строгой экономии бюджетных средств и бюджетно-

финансовой дисциплины [92].

При проведении анализа организационно-экономических составляющих образовательных организаций высшего образования ЛНР, в первую очередь, рассмотрим финансовое обеспечение данной отрасли. Утвержденные бюджетные ассигнования за 2018 год составили 1924,4 млн рос. руб., что на 75,3 млн рос. руб. больше в сравнении 2017 годом. Расходы на защищенные статьи составили 1807,9 млн рос. руб. (или 94% от утвержденных ассигнований), что на 99,7 млн рос. руб. больше в сравнении с 2017 годом [92].

Образовательные учреждения высшего образования ведут подготовку бакалавров, специалистов, магистров, а также аспирантов и докторантов. С целью выработки требований, обязательных при реализации основных образовательных программ высшего образования, в 2018 году разработаны и утверждены 278 государственных образовательных стандартов высшего образования.

Обеспечивают образовательный процесс в системе высшего образования 2742 научно-педагогических работника. В учебном процессе задействовано 1254 научно-педагогических кадров с ученой степенью (званием), что составляет 46% от всего количества научно педагогического состава ОО ВО. По состоянию на начало 2020 года научно-педагогические сотрудники в разрезе образовательных организаций высшего образования представлены на рисунке 2.1. Данный количественный состав в полной мере позволяет обеспечивать учебный процесс во всех ОО ВО. Далее проведем оценку потенциала экономической составляющей научно-педагогических кадров образовательных организаций высшего образования.

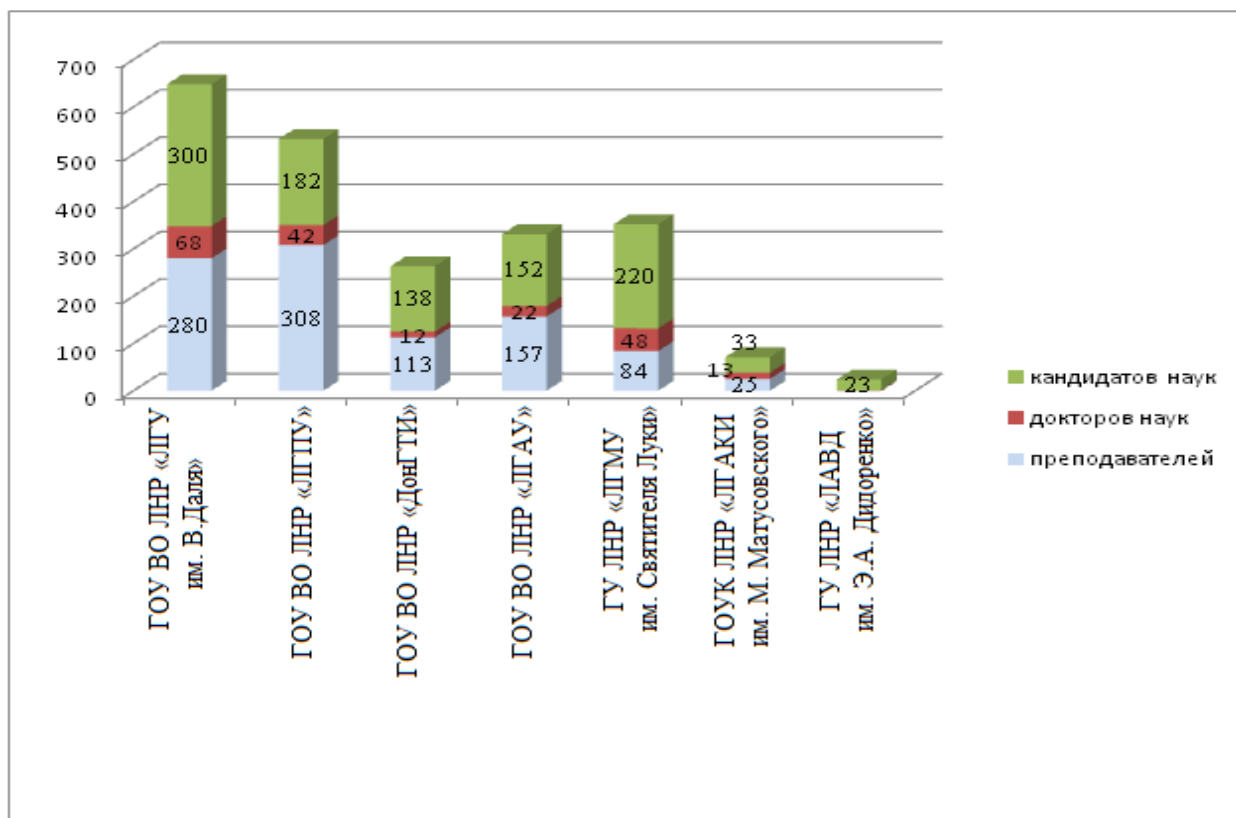


Рисунок 2.1 – Информация о количестве штатных научно-педагогических сотрудников образовательных организаций высшего образования [составлено автором по материалам [92]]

В Приложении Д представлены основные направления по каждой образовательной организации высшего образования, которые рассматриваются в виде фундаментальных и прикладных исследований по всем сферам общественной жизни. Однако какой объем финансирования на фундаментальные и прикладные исследования из республиканского бюджета и их практическое применение в отчетах МОН ЛНР не прослеживается. Не учитываются и объемы хоздоговорных работ, которые выполняют образовательные организации высшего образования для реального сектора экономики.

Анализ результативности работы научных школ образовательных организаций высшего образования по количественным показателям свидетельствует о высоких показателях подготовленных ученых за весь период функционирования и готовящихся к защите практически по всем учреждениям

(рисунок 2.2).

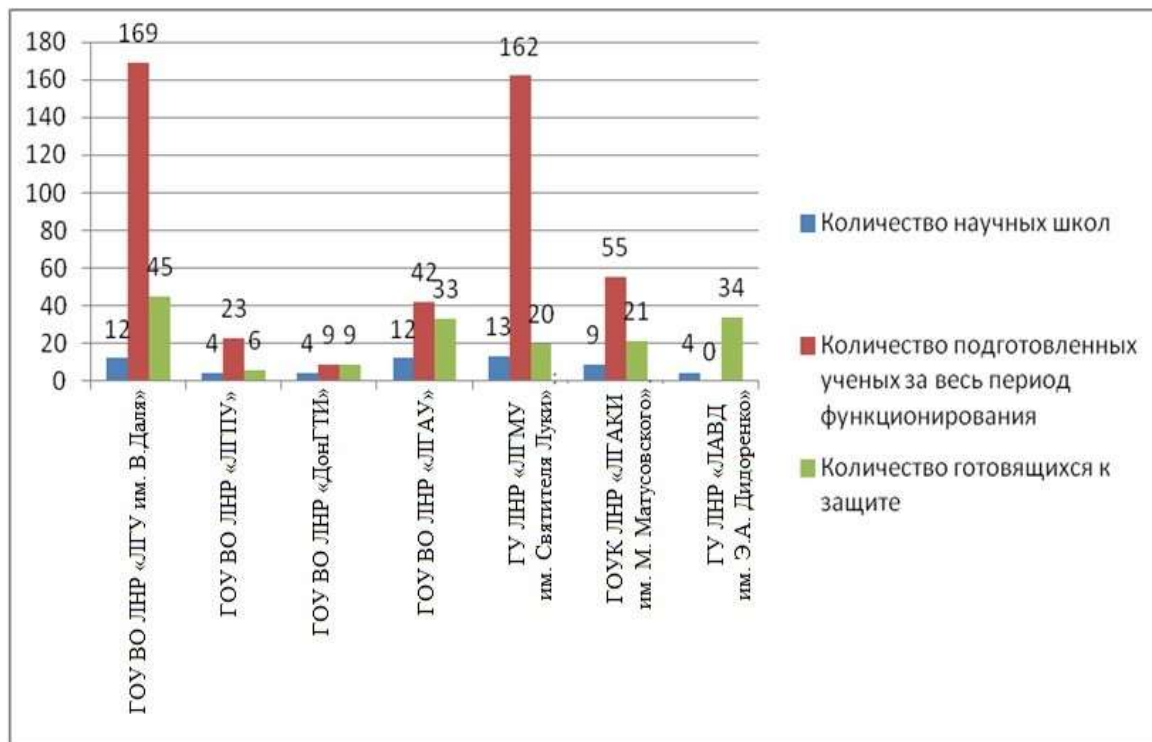


Рисунок 2.2 – Потенциал научных школ образовательных организаций (учреждений) высшего образования [составлено на основании данных отчета МОН ЛНР за 2019 г.]

Из анализа рисунка 2.2 заметно выделяются такие учреждения, как ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» и ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки», имеющие столетнюю историю становления и развития.

Количество научных разработок, которые внедрены за пределами образовательных организаций высшего образования на конец 2018 года, представлены на рисунке 2.3. Из общего количества 60 внедренных разработок 36 остается за ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки». Это говорит о том, что научная работа в данном учреждении выстроена на внешний рынок. Также значительный вклад в прикладных исследованиях внес ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» с 13 разработками.

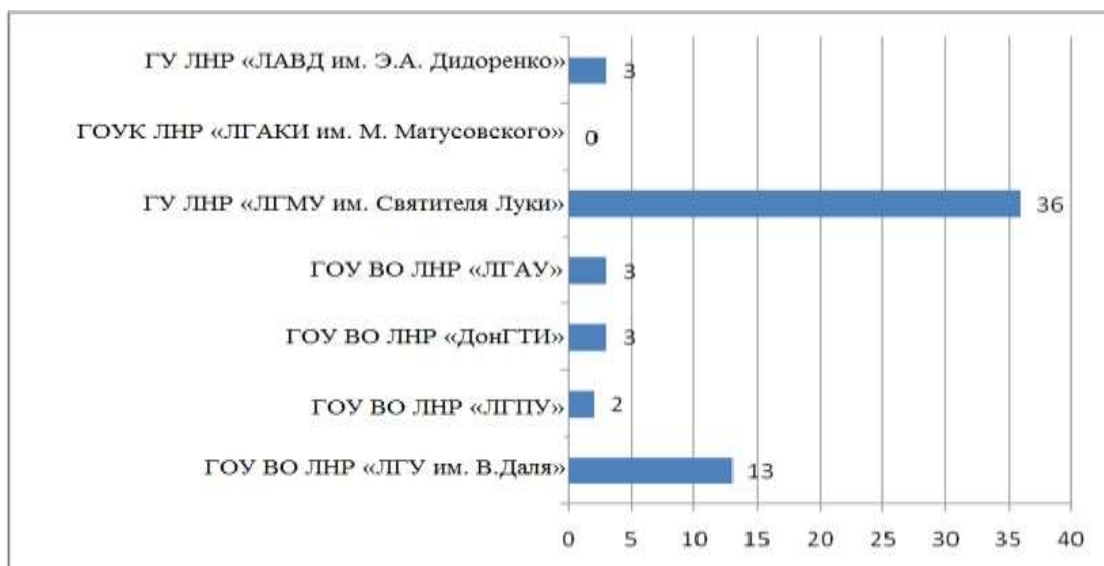


Рисунок 2.3 – Количество научных разработок, внедренных в 2018 году за пределами образовательной организации (учреждения) высшего образования [составлено автором на основании данных отчета МОН ЛНР]

Также в рамках экономической составляющей конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования необходимо понимать и научный потенциал, который состоит из количественных показателей аспирантов и докторантов, молодых ученых до 35 лет (рисунок 2.4).

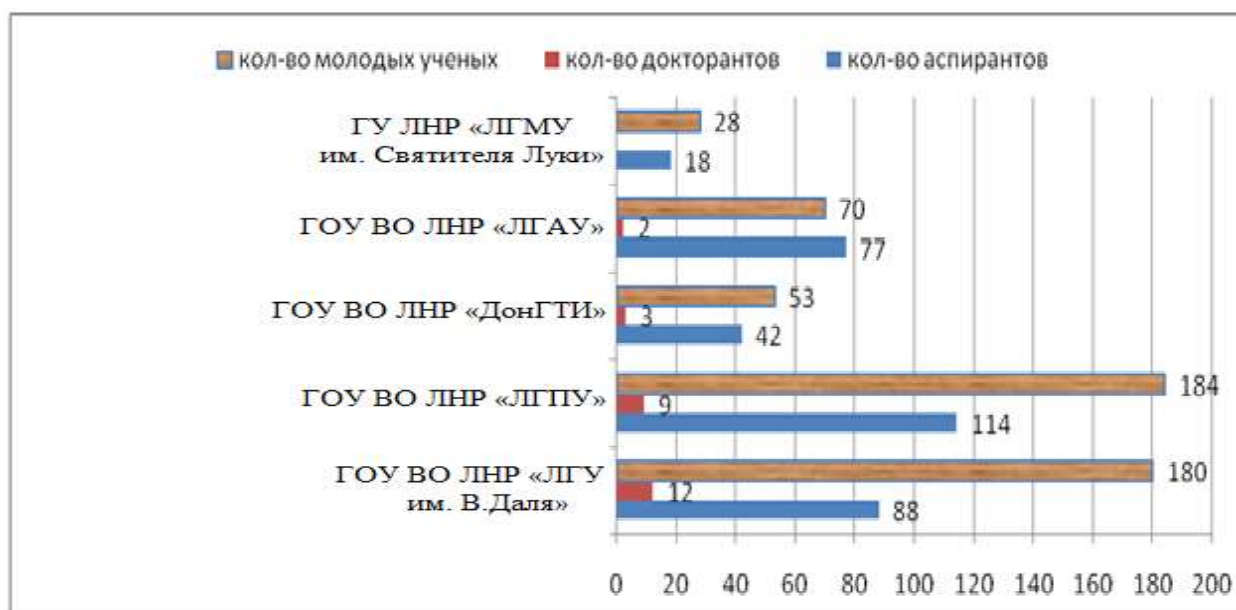


Рисунок 2.4 – Научный потенциал образовательных организаций высшего образования [составлено автором на основании данных отчета МОН ЛНР]

Опять же, следует выделить значительный научный потенциал ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В.Даля» и ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», где количество молодых ученых в пределах 180 чел. в каждой организации в отдельности. Это, по сути, будущие доктора и кандидаты наук, которые в перспективе могут обновить существующий остепененный состав профессорско-преподавательского состава на перспективу 20-30 лет.

Результаты патентно-лицензионной деятельности образовательных учреждений высшего образования по итогам 2019 года представлены на рисунке 2.5.

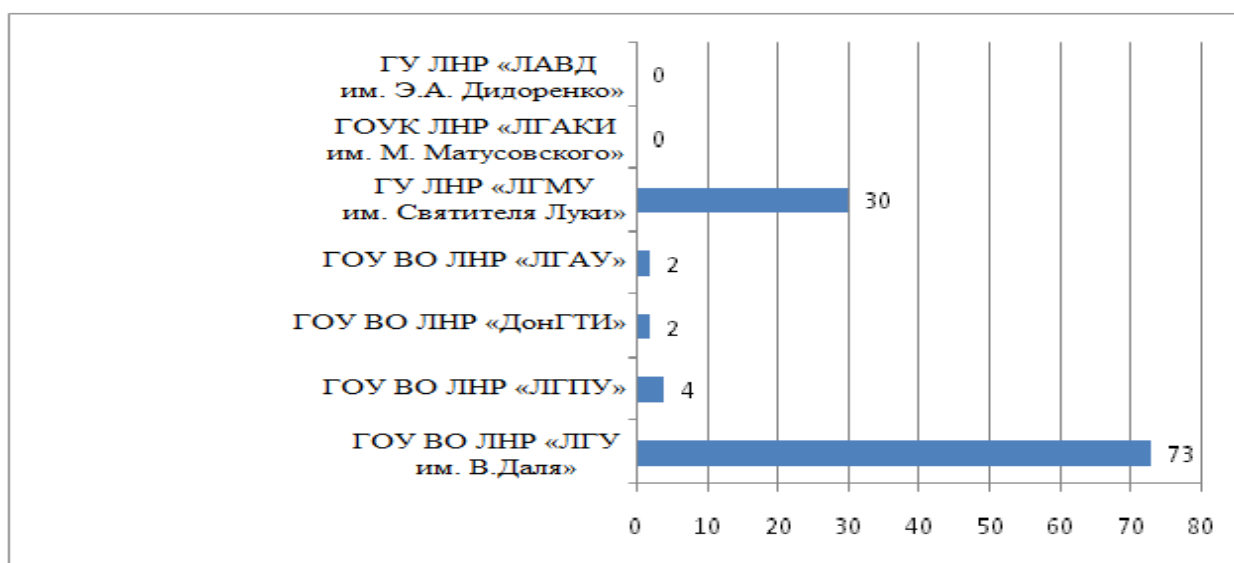


Рисунок 2.5 – Количественные показатели патентно-лицензионной деятельности [составлено автором на основании данных отчета МОН ЛНР]

В данном случае значительно выделяется ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» и ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки», которые имеют значительное количество патентов и лицензий среди всех образовательных организаций высшего образования ЛНР. Однако, на сколько данные разработки необходимы обществу и где размещается о них информация для реального сектора экономики – не прослеживается. То есть в организациях отсутствуют структурные подразделения, которые бы могли проводить процедуры трансфера и коммерциализации технологий и быть связующими звеньями между реальными

заказчиками (предприятиями) и образовательной организацией.

На момент анализа системы высшего образования на начало 2020 года в 7 образовательных учреждениях высшего образования Луганской Народной Республики обучаются 41061 студент. Из них 28423 студента обучаются в образовательных учреждениях высшего образования, подведомственных МОН ЛНР, 12638 студентов – в образовательных учреждениях профильных министерств. Расчет показателя нагрузки по количеству обучающихся на одну образовательную организацию высшего образования на территории Республики составляет 5865 студентов (41061 студент / 7 образовательных организаций). Данная нагрузка не значительно превышает среднюю нагрузку в 5500 студентов по Германии и России, как это было представлено ранее в данном исследовании в параграфе 1.3. Если рассматривать нагрузку количества жителей Республики на одну образовательную организацию, то она составляет 211543 человека (1480804 жителей ЛНР / 7 образовательных организаций), что также соответствует среднему показателю по РФ после проведения оптимизации образовательных организаций высшего образования.

Если рассмотреть в разрезе основных учреждений, которые из общего количества студентов привлекают в процессы проведения научных исследований, то ситуация выглядит следующим образом (рисунок 2.6).

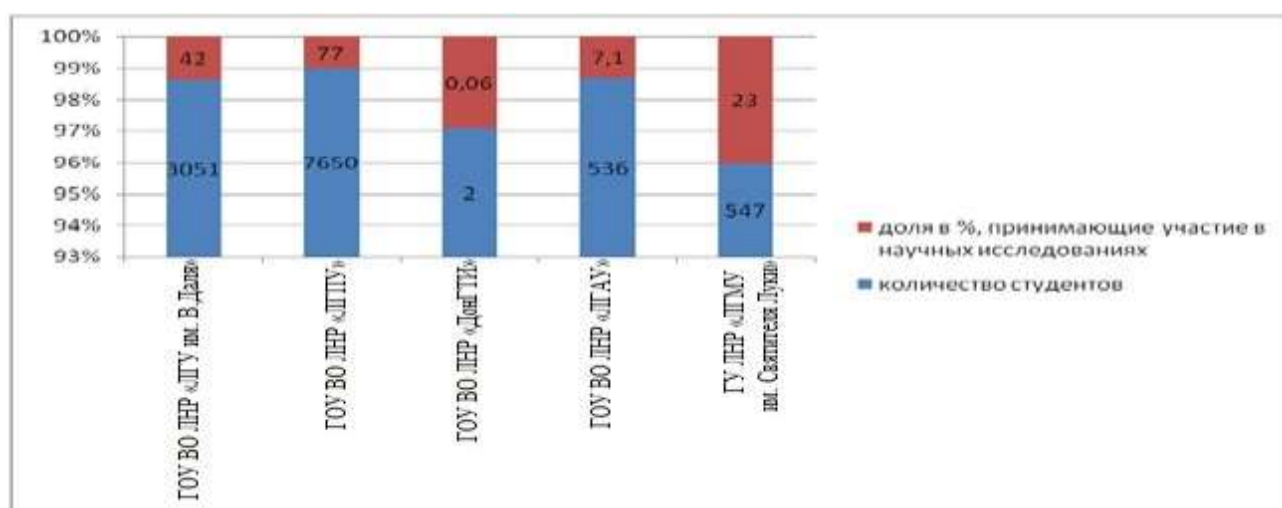


Рисунок 2.6 – Количество студентов, принимающих участие в научных исследованиях [составлено автором на основании данных отчета МОН ЛНР за 2019 г.]

Таким образом, ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» в наибольшей степени привлекает к научной работе студентов – это 77% от всего количества и это с учетом 4 действующих научных школ и всего двух разработках, внедренных в практическую деятельность предприятий.

Количество студенческих научных публикаций также свидетельствует о приобщении молодых людей к науке (рисунок 2.7).

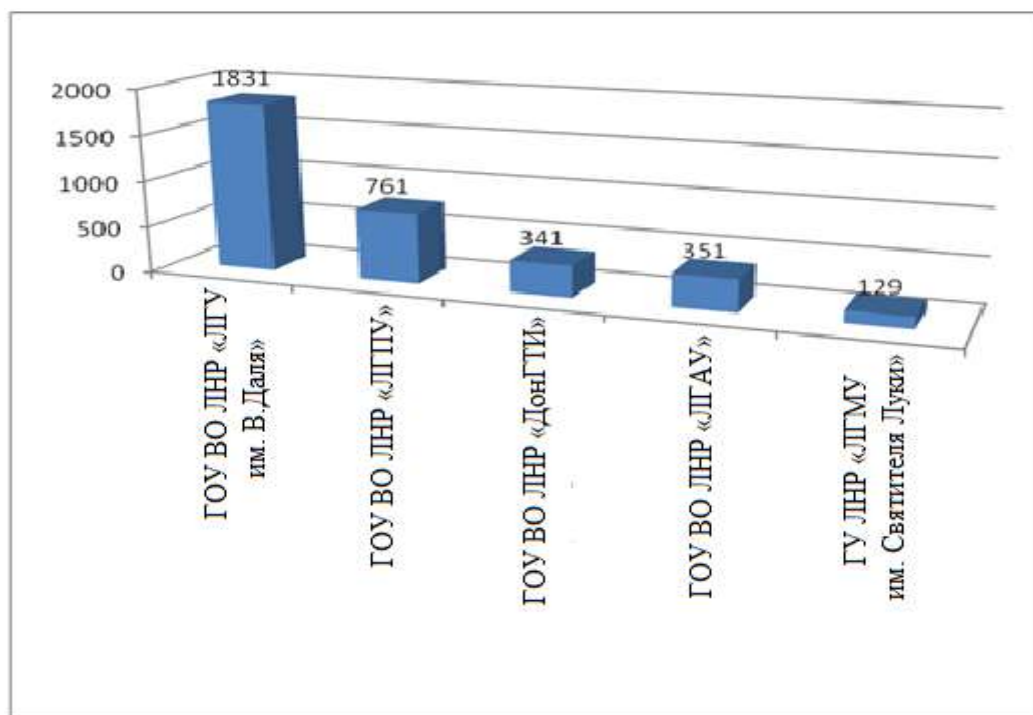


Рисунок 2.7 – Количество студенческих научных публикаций за 2019 г. [составлено на основании данных отчета МОН ЛНР]

Следующий организационно-экономический показатель работы образовательных организаций высшего образования в ЛНР – это вступительная компания, которая по итогам 2018-2019 года позволила получить 13127 студентов с учетом дополнительного набора. Из них 10505 студентов поступили в образовательные учреждения высшего образования, подведомственных МОН ЛНР, 2622 студента – в образовательные учреждения профильных министерств.

Это при том, что контрольные цифры приема (КЦП) по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, аспирантуры за счет бюджетных ассигнований Государственного бюджета Луганской Народной Республики на

2019-2020 учебный год были утверждены на уровне 8040 мест (таблица 2.2), исключение составила «Луганская академия внутренних дел имени Эдуарда Дидоренко», потому что данный госзаказ определяется непосредственно Министерством внутренних дел ЛНР.

Таблица 2.2 – Объемы КЦП по уровням профессионального образования [составлено на основании данных отчета [108]]

Учебный год	Всего	По уровням профессионального образования			
		Бакалавриат	Специалитет	Магистратура	Аспирантура
2017-2018	7182	4313	894	1873	102
2018-2019	7340	4094	990	2136	120
2019-2020	8040	4325	1082	2470	163

Уровень активности абитуриентов при поступлении в образовательные организации высшего образования в 2019 году не сократился, интерес к ним остается довольно высоким. По КЦП, принятым в 2019 году – это на 600 мест больше, чем в 2018 году, за счет того, что увеличился набор на те социально-значимые специальности, которые сегодня в ЛНР востребованы. Это инженерные, педагогические специальности, все, что связано с экономикой. Есть определенный заказ от Министерства промышленности и торговли, от Министерства экономического развития ЛНР по отдельным направлениям, где прослеживается нехватка специалистов.

Безусловным лидером по количеству поданных заявлений в 2019 году становится специальность «Государственное и муниципальное управление». После вступления в силу указа Главы ЛНР [104] о том, что до 2020 года все госслужащие должны получить профильное образование. Поэтому интерес к этому направлению в этом году высокий, то есть 32 человека на одно бюджетное место. Побит рекорд Республики за пять лет по конкурсному набору, ранее такого интереса ни на одну специальность в ЛНР не было, причем среди именно местного населения, иностранных граждан в общем количестве набора не превышает 1%.

Также в 2019 году среди таких рейтинговых специальностей начали

появляться и профессии педагогические. Это специальное образование дефектология – в анализируемом периоде девять человек на одно бюджетное место. Перевод и переводоведение специализации «Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений» в 2019 году составила 15 человек на одно бюджетное место. Филология тоже пользуется большим спросом – семь человек на одно бюджетное место по специализации китайский, английский языки и литература. В Луганском государственном университете имени Владимира Даля по-прежнему лидером является направление «Юриспруденция» (10 человек на одно бюджетное место) и «Психология» (четыре человека на бюджетное место).

Таким образом, подготовка квалифицированных кадров и развитие человеческих ресурсов имеют ключевое значение для экономики, социальной и культурной сферы Луганской Народной Республики.

Одним из важнейших направлений деятельности МОН ЛНР является стимулирование развития науки в Луганской Народной Республике. Распоряжением Совета Министров Луганской Народной Республики от 03.10.2017 № 1100-р/17 утвержден состав Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Луганской Народной Республики (ВАК) [111]. Одним из направлений стимулирования развития научной деятельности является создание Советов по защите диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук.

В 2018 году создано 6 Советов по защите диссертаций на базе таких ОО ВО как:

ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» - 1;

ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» - 2;

ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки» - 1;

ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского» - 1;

ГОУ ВО ЛНР «Донбасский государственный технический институт» - 1.

На рисунке 2.8 представлены количественные показатели по защитах диссертаций и присвоения ученых званий за 2019 год.

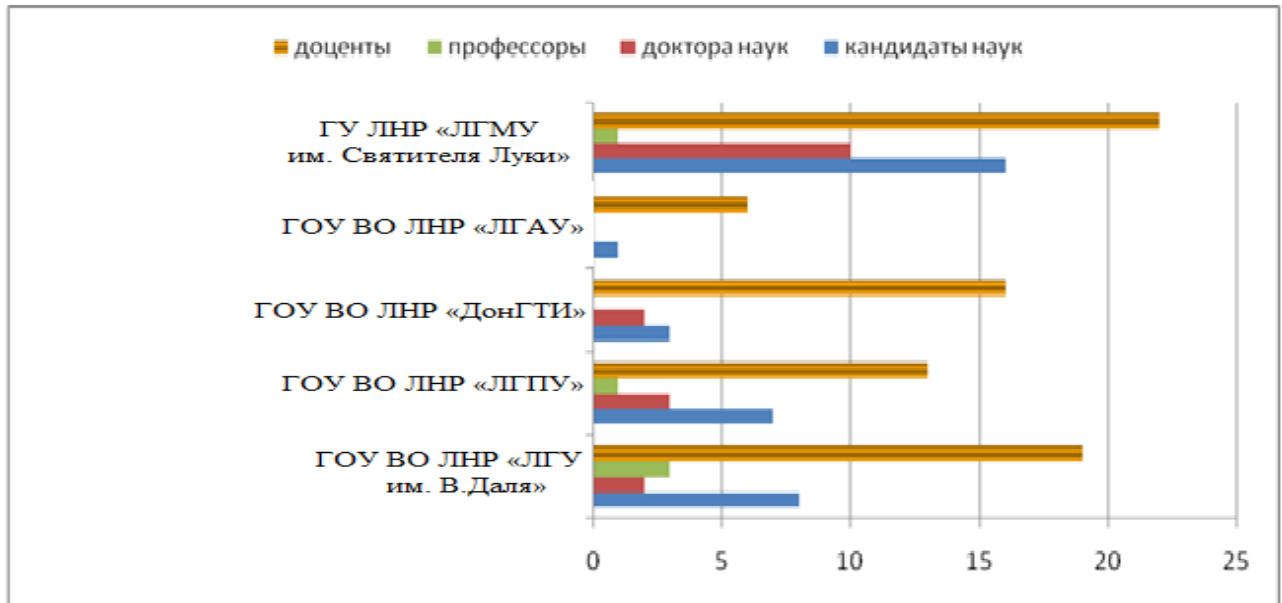


Рисунок 2.8 – Показатели по защитах диссертаций и присвоения ученых званий в 2019 г. [составлено на основании данных отчета МОН ЛНР за 2019 г.]

За период 2018-2019 гг. в диссертационных советах при образовательных учреждениях высшего образования состоялось 52 защиты диссертаций на соискание ученых степеней: 35 защит на соискание ученой степени кандидата наук и 17 защиты на соискание ученой степени доктора наук.

С целью развития кадрового потенциала высшей школы, в Республике с 2017 года осуществляется присуждение ученых званий доцента и профессора. С 2017 года присвоено 160 ученых званий доцента и 22 ученых звания профессора. Из них в 2019 году присуждено 76 ученых званий доцента и 5 ученых званий профессора.

Для развития и поддержки научных школ в образовательных учреждениях высшего образования функционируют аспирантуры и докторантуры. В 2019 году получены специальные разрешения на подготовку научно-педагогических кадров в аспирантуре, в которых обучается 387 аспирантов. По состоянию на 01.12.2019 в образовательных учреждениях высшего образования открыто 13 докторантур, в

которых обучаются 22 докторанта.

В перечень рецензируемых научных изданий на начало 2020 года, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук включены 14 научных изданий [127].

С 2017 года активно продолжает свою деятельность Ассоциация молодых ученых Луганской Народной Республики [102], в которую входят все молодые ученые образовательных учреждений высшего образования. Основным направлением деятельности Ассоциации является популяризация науки в молодежной среде.

Ежегодно Ассоциацией молодых ученых Луганской Народной Республики, при участии Министерства образования и науки Луганской Народной Республики и профильных министерств Республики, организовываются более тридцати научных и научно-практических мероприятий, среди них научные конференции и круглые столы, в том числе республиканские с международным участием.

Ведется работа по налаживанию международных связей и сотрудничества. Количество зарубежных организаций, с которыми осуществляется сотрудничество ОО ВО ЛНР, представлено в Приложении Е. Таких договоров всего 104 и, какой результат такого взаимодействия по каждой организации проследить сложно. Необходимо отметить, что наибольшую долю таких договоров имеет ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», а это 41% с наиболее обширной географией (кроме РФ, представлены договора с организациями из Германии, Пакистана, США и Азербайджана). Молодые ученые ЛНР приняли участие в международных проектах ДНР и РФ по направлениям: ядерная физика, филология, психология, экология. Образовательные учреждения высшего образования Республики тесно сотрудничают с учреждениями Российской Федерации и насчитывается более 50 вузов-партнеров. Направления сотрудничества: учебно-методическое, научное, творческое, защита выпускных квалификационных работ, научно-исследовательская деятельность.

В рамках выполнения дорожной карты по интеграции в научное пространство Российской Федерации проведены следующие мероприятия:

1) в состав всех диссертационных советов, функционирующих на базе образовательных организаций (учреждений) высшего образования Луганской Народной Республики, вошли ученые из Российской Федерации;

2) за 2018 г. в Российской Федерации защитили диссертации ученые Луганской Народной Республики: 6 кандидатских и 3 докторские диссертации;

3) ведущие ученые ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки» вошли в состав Диссертационного совета Медицинской академии имени С.И. Георгиевского ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь, Российская Федерация);

4) учеными ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет» совместно с Российской академией наук разработан План научных исследований на тему: «Продовольственная безопасность Луганской Народной Республики»;

5) ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» и ФГБОУ ВО Московский педагогический государственный университет» разработали программу долгосрочного сотрудничества.

Для повышения эффективности трудоустройства, решения проблемы получения выпускниками образовательных учреждений первого рабочего места, обеспечения работодателя квалифицированными специалистами, в том числе и в сельской местности, Министерством образования и науки Луганской Народной Республики разработан и постановлением Совета Министров Луганской Народной Республики № 479/18 утвержден соответствующий Порядок [110].

В отчете МОН ЛНР за 2018 год отмечается, что с целью обеспечения качества и развития содержания высшего и дополнительного профессионального образования в образовательных учреждениях высшего образования на базе ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» создано учебно-методическое объединение образовательных организаций (учреждений) высшего образования Луганской Народной Республики, однако

проследить за его деятельностью и результатами работы в 2019 и в начале 2020 года нет возможности. То есть результативность таких объединений остается вне информирования общественности, также отсутствует и постановление или указ МОН о создании такого комплекса.

Для организации взаимодействия образовательных учреждений среднего профессионального, высшего образования с субъектами рынка труда для содействия в дальнейшем трудоустройстве выпускников по профессиям, специальностям и направлениям подготовки создан Совет по социальному партнерству в образовании. Весной 2019 было проведено расширенное заседание данного Совета на тему: «Организация и проведение производственных практик для обучающихся и студентов образовательных учреждений на базе предприятий ЛНР» [172]. Данное мероприятие позволило поделиться опытом трудоустройства и повышения качества выпускников образовательных организаций высшего образования. Однако проследить о практической реализации предложенных мероприятий не возможности, так как такая деятельность также не освещается для общественности.

В 2019 году общее количество выпускников образовательных организаций высшего образования ЛНР составило 7121 человек (рисунок 2.9).

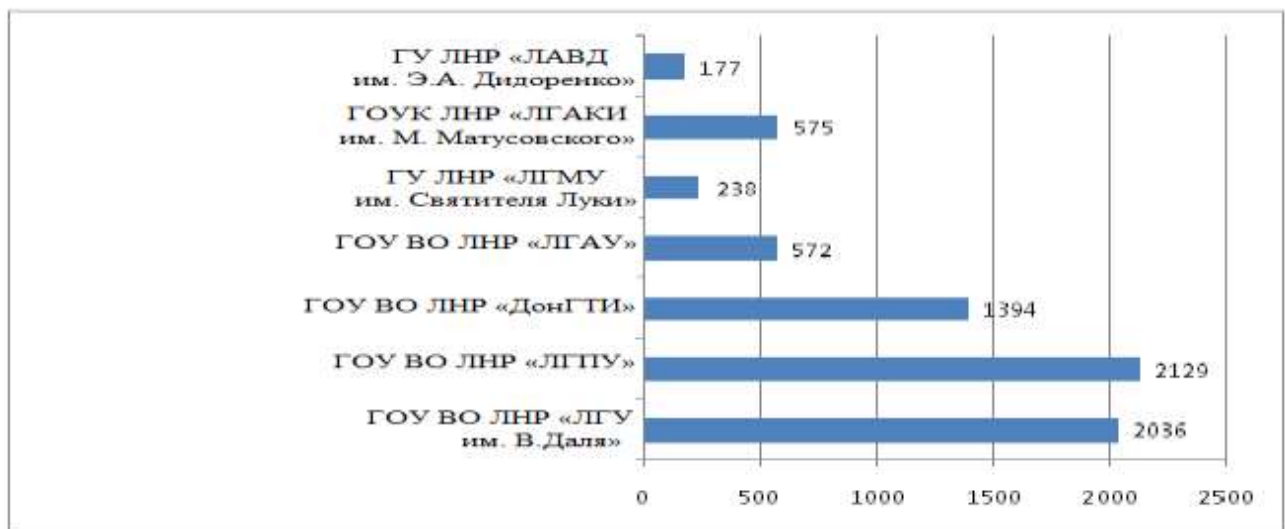


Рисунок 2.9 – Количество выпускников образовательных организаций высшего образования в 2019 г. [составлено автором на основании данных отчета МОН ЛНР]

В то же время по данным Фонда социального страхования на случай безработицы ЛНР в январе-ноябре 2019 года насчитывается 19,4 тыс. вакантных рабочих мест на постоянной основе. Потребность в рабочих профессиях составила 54,6% от общего количества имеющихся вакансий, 29,3% – вакансии для служащих, 16,1% – профессии, не требующие специальной квалификации [159]. Одновременно профессионально-квалификационный состав состоящих на учете граждан, ищущих работу, выглядит следующим образом: рабочие – 53,9%; без профессии – 27,2%; служащие – 18,9%. То есть, по состоянию на 01.12.2019 на 1 свободное рабочее место претендовал в среднем по Республике 1 гражданин, ищущий работу. Да и еще к этому числу были добавлены выпускники образовательных организаций высшего образования в количестве 7121 человек. Если рассмотреть данное количество в разрезе укрупненных групп направлений подготовки, специальностей, то такая ситуация представлена на рисунке 2.10.

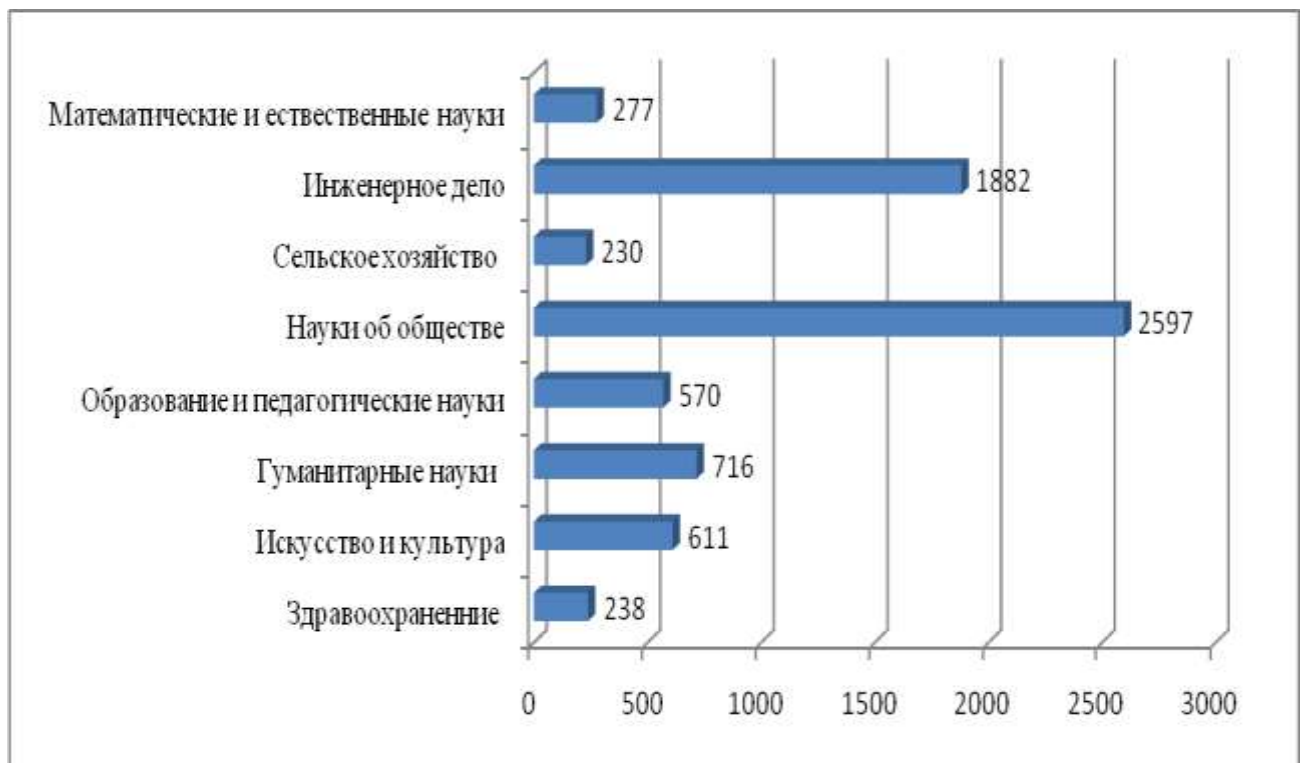


Рисунок 2.10 – Количество выпускников образовательных организаций высшего образования в разрезе укрупненных групп направлений подготовки [составлено автором на основании данных отчета МОН ЛНР за 2019 г.]

Анализ количества выпускников по уровням профессионального образования представлен на рисунке 2.11.

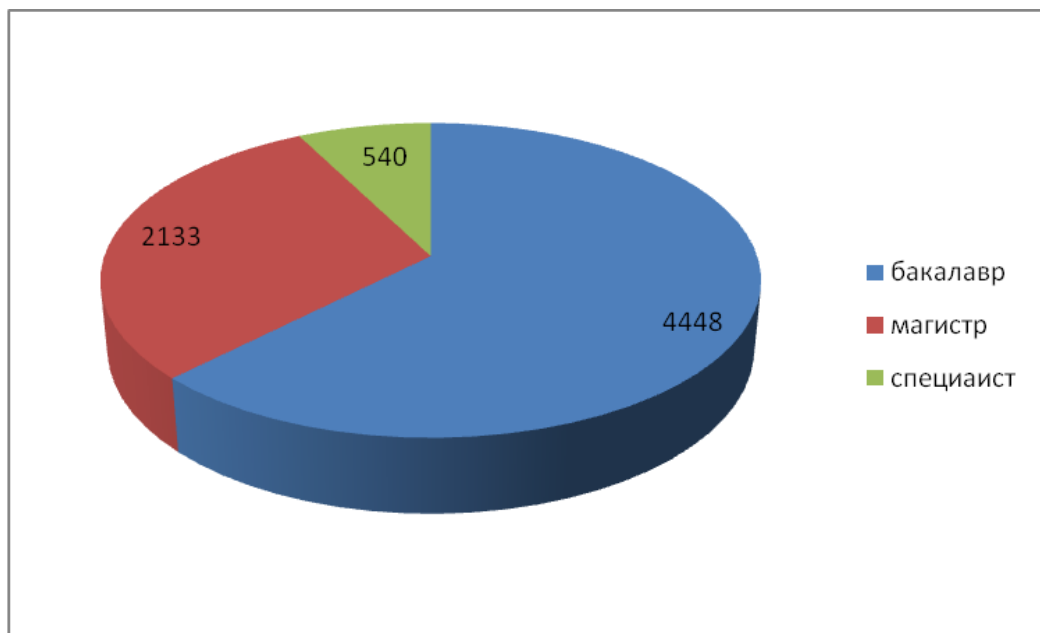


Рисунок 2.11 – Количество выпускников по уровням профессионального образования [составлено на основании данных отчета МОН ЛНР за 2019 г.]

То есть если большая часть бакалавриата продолжит обучение в магистратуре, то дополнительно 2673 специалиста пополнят рынок трудоспособного населения, где вакансии соответствуют количеству официально ищущих работу граждан. Это говорит о том, что КЦП приема научно обосновываются и количество обучающихся специалистов не корреспондируются с современным рынком труда. Для этого профильным министерствам необходимо дополнительно разрабатывать мероприятия относительно трудоустройства выпускников помимо обязательного распределения специалистов. Необходимо вырабатывать мероприятия по созданию условий развития рынка труда, создания новых рабочих мест. А для существующих безработных – ориентировать их на повышение квалификации или переподготовку по направлениям, которые не покрывают в настоящий момент выпускники образовательных организаций высшего образования – в сферах здравоохранения, инженерных специальностей, сельского хозяйства и педагогики. Следует отметить, что молодые специалисты в большей степени ориентированы на трудоустройство в другом государстве, в

основном РФ, по причине более высоких заработных плат, чем в ЛНР. Поэтому возникает и еще одна задача относительно удержания специалистов в рамках Республики.

Контингент обучающихся за 5 лет в образовательных организациях (учреждениях) высшего образования Луганской Народной Республики (тыс. чел.) увеличился на 13 % (таблица 2.3).

Таблица 2.3 – Контингент обучающихся за 5 лет в образовательных организациях (учреждениях) высшего образования Луганской Народной Республики (тыс. чел.) [составлено по данным, предоставленным МОН ЛНР на основании официального запроса автора]

Образовательный уровень	2015-2016 уч.г.	2016-2017 уч.г.	2017-2018 уч.г.	2018-2019 уч.г.
Всего	36,2	36,6	39,1	41,6
бакалавриат	20,3	25,7	26,9	28,6
специалитет	9,6	4,2	4,2	5,9
магистратура	6,3	6,7	7,7	7,1

Одним из показателей качества работы системы высшего образования является участие студентов образовательных организаций (учреждений) высшего образования Луганской Народной Республики в олимпиадах с международным участием (таблица 2.4). За четыре последних года количество участников выросло на 77%. И если из общего количества участников всего 9% занимали призовые места, то на момент уже 2019 года данный показатель увеличился до 45%.

Таблица 2.4 – Участие студентов образовательных организаций (учреждений) высшего образования Луганской Народной Республики в олимпиадах с международным участием [составлено на основании данных отчета МОН ЛНР за 2019 г.]

Год участия	Количество участников	Количество призовых мест
2016	21	2
2017	25	12
2018	27	18
2019	91	41

В ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» при Институте юриспруденции и международного права открылся Центр юридической консультации, где оказывается бесплатная юридическая консультация по правовым вопросам всем жителям Луганщины, в первую очередь, с подконтрольных Киеву территорий.

В ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» создан Центр реализации гуманитарной программы по воссоединению народа Донбасса. Центр осуществляет свою деятельность, руководствуясь основной целью Гуманитарной программы по воссоединению народа Донбасса – помощь мирному населению, проживающему в районах Донбасса, временно находящимся под контролем Украины, путем развития и укрепления культурных, гуманитарных и профессиональных связей, а также оказания социальных и административных услуг. Для абитуриентов с территории временно подконтрольной Украине проводятся аудиокурсы по общеобразовательным предметам. В рамках реализации гуманитарной программы по воссоединению народа Донбасса в ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» создан и активно работает Мобильный консультационный пункт с жителями прифронтовых территорий.

Таким образом, на основании вышеизложенного анализа организационно-экономических составляющих функционирования ОО ВО в Республике автором описан процесс формирования действующего механизма подготовки квалифицированных кадров и развития человеческих ресурсов через систему высшего образования в условиях Республики (рисунок 2.12).

Также важно отметить, что в дальнейшем чтобы применять стратегический и маркетинговый подходы к обеспечению конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования в целом, необходимо начать с микроуровня, то есть с каждой организации в отдельности. И в последующем при выделении сильных и слабых сторон каждой организации в рамках отрасли можно выстроить стратегические приоритеты по обеспечению конкурентоспособности ОО ВО.

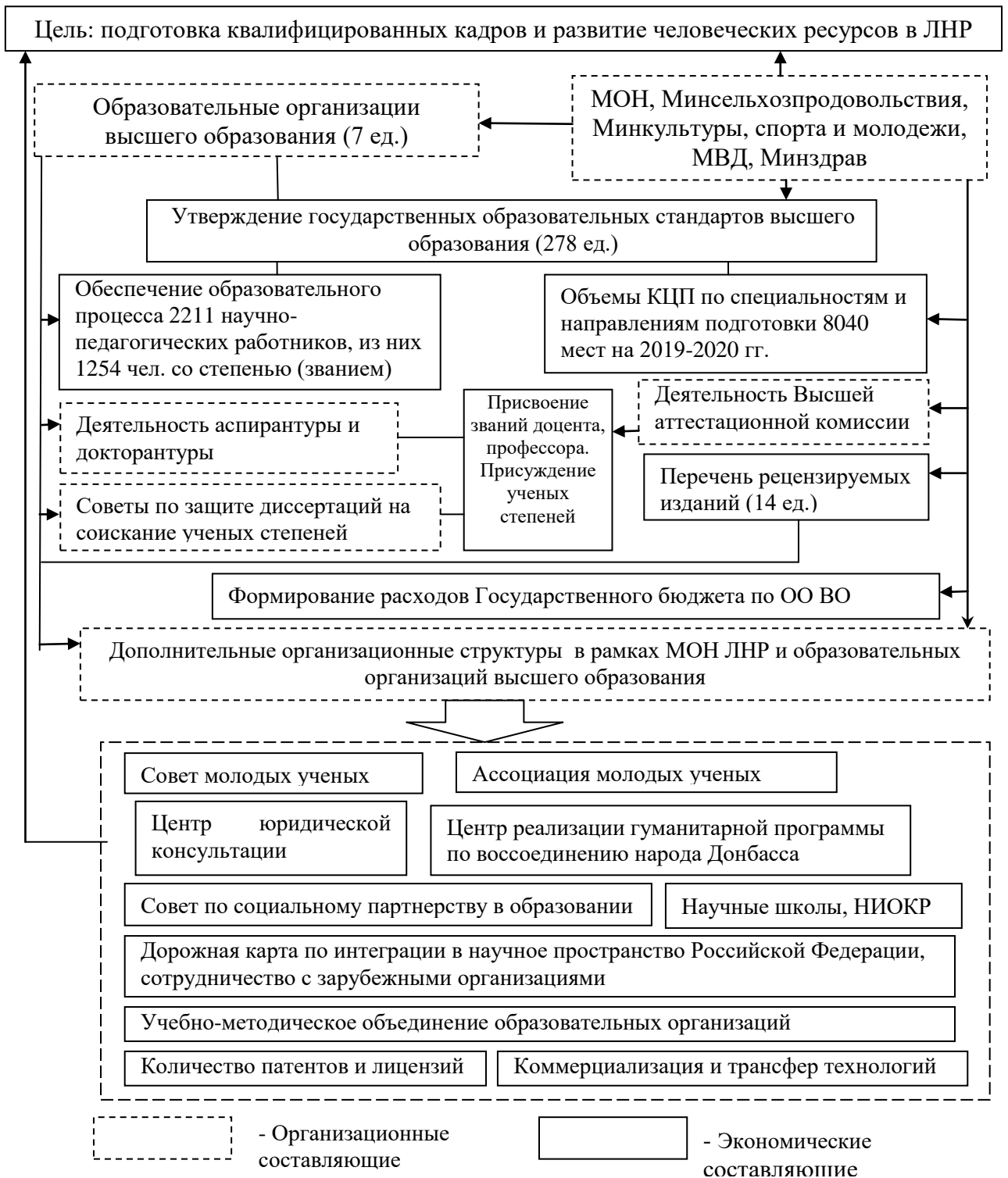


Рисунок 2.12 – Процесс формирования организационно-экономического механизма подготовки квалифицированных кадров и развития человеческих ресурсов в системе высшего образования Луганской Народной Республики [составлено автором самостоятельно]

За 2019 год в сфере образования было реализовано порядка 439 проектов (что на 266 мероприятий больше, чем в 2018 году, из них на территории РФ – 357,

на территории ЛНР – 82), в которых приняли участие более 4000 человек (что на 2693 человека больше, чем в 2018 году) – учащихся и студентов образовательных организаций, спортсменов, воспитанников творческих коллективов, педагогических кадров, руководителей учреждений в 20 регионах Российской Федерации. Охват регионов РФ, которые посетили в рамках участия в мероприятиях, и количество человек, принявших участие в мероприятиях, представлено на рисунке 2.13.

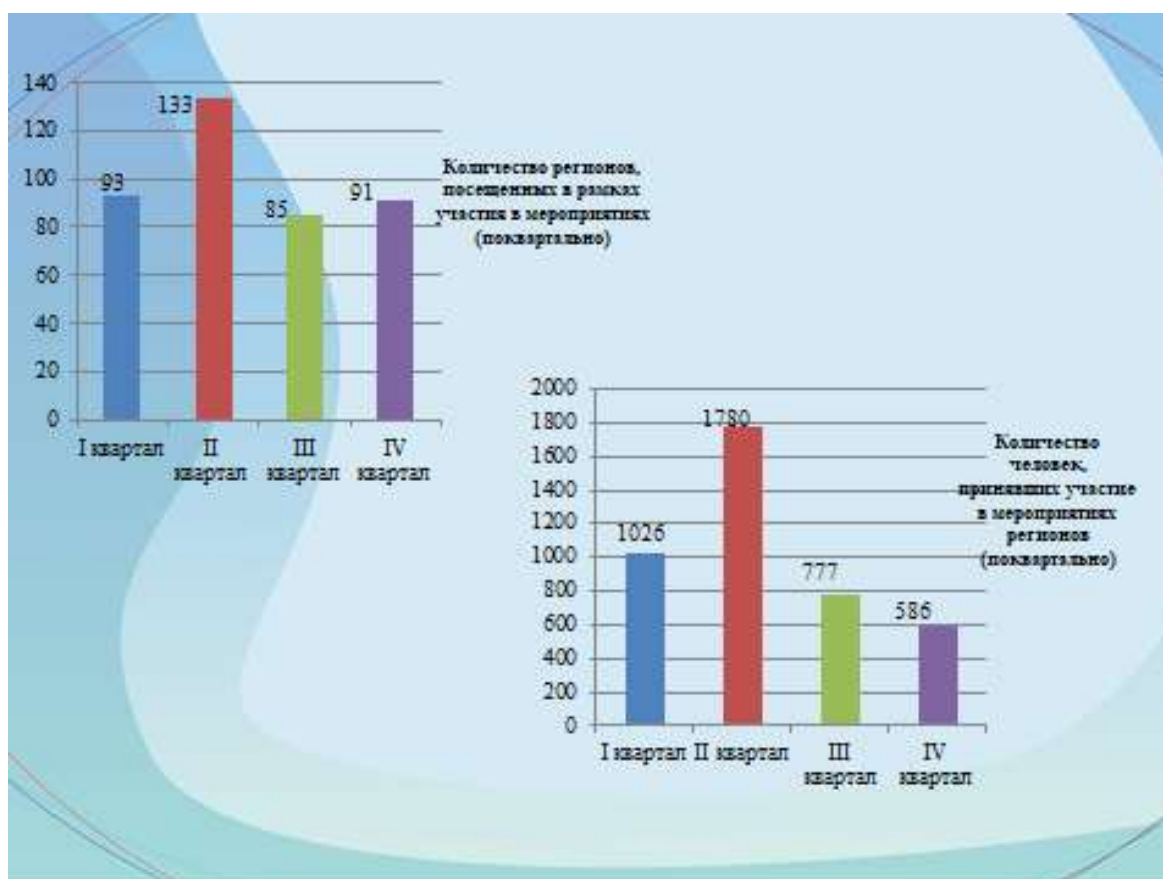


Рисунок 2.13 – Охват регионов РФ, которые посетили в рамках участия в мероприятиях, и количество человек, принявших участие в мероприятиях [составлено на основании данных отчета МОН ЛНР за 2019 г.]

Учитывая количество проводимых мероприятий по развитию системы образования ЛНР, ориентированных на интеграцию в российское образовательное пространство, и на основании анализа организационно-экономических составляющих всех образовательных организаций высшего образования ЛНР на уровне государства необходимо разрабатывать мероприятия по повышению

конкурентоспособности образовательных организаций. Именно поэтому, в контексте заседания коллегии Министерства образования и науки Луганской Народной Республики по теме «Модернизация системы высшего образования Луганской Народной Республики» рекомендовано Министерству образования и науки Луганской Народной Республики и руководителям образовательных организаций (учреждений) высшего образования:

1. Разработать проект Концепции развития высшего образования Луганской Народной Республики, которая устанавливает цели, задачи и механизмы реализации государственной политики в сфере высшего образования.

2. Разработать алгоритм преодоления несбалансированности образовательной системы с реальными и перспективными потребностями экономики Луганской Народной Республики.

3. Провести экспертную оценку и оптимизировать направления подготовки / специальности в образовательных организациях (учреждениях) высшего образования в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов.

Вышепредставленные задачи в системе высшего образования полностью соответствуют проблемам, которые проявляются в рамках организационно-экономического аспекта по обеспечению конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования и подтверждаются статистическими данными данного параграфа.

2.2. Оценка обеспечения конкурентоспособности образовательной организации высшего образования на основе стратегического подхода

Для каждого выпускника школы период завершения учебы является определяющим в отношении выбора последующего профессионального

образования. Приоритетным направлением остается получение высшего образования в университете. В свою очередь, получение высшего образования в учебном заведении, обладающим более хорошей репутацией, является сигналом для работодателей, занятых поиском высококвалифицированных работников. Выбор ОО ВО для будущего специалиста – задача не из легких, так как в условиях глобализации высшего образования, увеличения количества образовательных организаций высшего образования происходит постоянный рост конкурентной борьбы между ними за ведущие позиции на рынке образовательных услуг, за эффективное использование ресурсов: абитуриентов, лучших профессоров и преподавателей, иностранных студентов, аспирантов.

Особое место в конкурентной борьбе занимает качество предоставления образовательных услуг в ОО ВО и внедрение в образовательный процесс инновационных технологий, направленных на замену старой модели высшего образования на новую. Повышение качества услуг – прямой путь к завоеванию лидирующих позиций на рынке образовательных услуг. В свою очередь, работники, получившие образование лучшего качества, могут иметь более высокую вероятность трудоустройства и премию в виде более высокой стартовой заработной платы.

Конкурентоспособность в сфере услуг – это сложная экономическая категория, которая может рассматриваться в разрезе конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности конкретной услуги. Здесь необходимо учитывать тот момент, что определить и оценить конкурентоспособность образовательной организации в целом и услуги в частности можно, используя метод сравнения с аналогом.

Для того чтобы в долгосрочной перспективе занимать лидирующие позиции на рынке образовательных услуг, необходимо производить продукт (услугу), которым стабильно будут пользоваться потенциальные потребители. Это значит, что данная услуга должна быть более качественной, чем аналогичная, или схожая по потребительским свойствам, созданная другими предприятиями в сфере образовательных услуг, за которую потребитель готов отдать деньги, рассчитывая

взамен получить более качественное образование, способствующее продвижению его в будущем по карьерной лестнице. В этом и заключается уникальность услуги, отличающая ее от остальных, получившая название – конкурентное преимущество.

Говоря о конкурентных преимуществах в сфере предоставления образовательных услуг, можно сказать, что услуги делятся на основные, связанные непосредственно с предоставлением качественного образования, и дополнительные – это вторичные услуги, которые повышают эффективность первых. К ним можно отнести льготы на получение образования, бесплатное образование, помощь в трудоустройстве и др. Конкурентные преимущества могут быть связаны также с предоставлением консультаций, проведением семинаров, тренингов, организацией экскурсий для будущих абитуриентов. Важным вопросом в этой связи остается профориентационная работа, главная цель которой – привлечение будущих абитуриентов в образовательную организацию высшего образования. От этой работы зависит и количество будущих студентов, и рабочие места в университете. Поэтому в течение года преподаватели и сотрудники всех институтов и факультетов совершают выезды в школы и колледжи города, где они раздают выпускникам рекламные буклеты, демонстрируют ролики об университете и кафедре. «Дни открытых дверей», на которые приглашаются потенциальные абитуриенты, необходимы для знакомства с университетом, факультетами, кафедрами, культурной и спортивной жизнью высшего учебного заведения.

На примере ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» проведем общий анализ обеспечения конкурентоспособности данной образовательной организации с использованием стратегического подхода и экспертных оценок. В опросе приняли участие четыре эксперта: начальник отдела высшего, дополнительного профессионального образования и науки МОН ЛНР; директор института экономики и бизнеса, заведующий кафедрой маркетинга и менеджмента, начальник научного отдела ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». В результате анализа экспертных оценок были сформированы параметры, которые

вливают как положительно, так и отрицательно на обеспечение конкурентоспособности образовательных услуг ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Определение основных факторов, влияющих на обеспечение конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [разработано автором самостоятельно на основе экспертного метода и с помощью инструмента стратегического анализа 5 сил Портера [130]]

Параметр	Уровень	Описание	Направления работ
1	2	3	4
Угроза товаров-заменителей	Высокий	Образовательная организация обладает уникальным предложением в части обучения высшему педагогическому образованию, но существуют аналоги в ГОУ ВПО «ДонНУ», г. Донецк ДНР	Поддерживать и совершенствовать уникальность образовательной услуги. Проводить мероприятия совместно с МОН ЛНР в направлении популяризации и повышения престижности педагогических профессий среди учащихся общеобразовательных школ
Угроза внутриотраслевой конкуренции	Высокий	У потребителя услуг имеется возможность полного сравнения образовательных услуг по основным образовательным программам как на территории ЛНР, так и ДНР, Ростовской и Белгородской областей РФ. Есть ограничения в повышении ценовой политики	Проводить постоянный мониторинг предложений конкурентов. Развивать уникальность образовательной услуги за счет привлечения профессиональных преподавателей и возможности получения первого рабочего места, что позволяет повышать воспринимаемую ценность услуги. Снижать влияние ценовой конкуренции на продажи
Угроза появления новых игроков	Высокий	Высокий риск входа новых игроков в связи с проведением аккредитации по стандартам РФ, образовательные организации высшего образования РФ становятся прямыми конкурентами	Для выхода на рынок образовательных услуг РФ необходимо выполнить условия аккредитации по критериям ФГОС и внесение в реестр Роспотребнадзора. Конкурентоспособность образовательных услуг будет формироваться за счет ценовой политики, которая на 30-80% ниже, чем в РФ

Продолжение таблицы 2.5

1	2	3	4
Угроза нестабильности поставщиков	Средняя	Высокая нестабильность поставки ресурсов для обеспечения работы образовательной организации в связи с продолжением военно-политического конфликта на территории ЛНР (отопление, электроэнергия, финансирование защищенных статей).	Формирование финансовых резервов, внедрение энергосберегающих технологий. Переход на дистанционную форму обучения, для чего необходимо обеспечить высокий уровень доступа к информационно-коммуникационным технологиям

Общее представление ситуации на рынке образовательных услуг с позиции четырех экспертов представлено на рисунке 2.14. Данный график составлен по данным, представленным в Приложении Ж (таблица Ж.2).

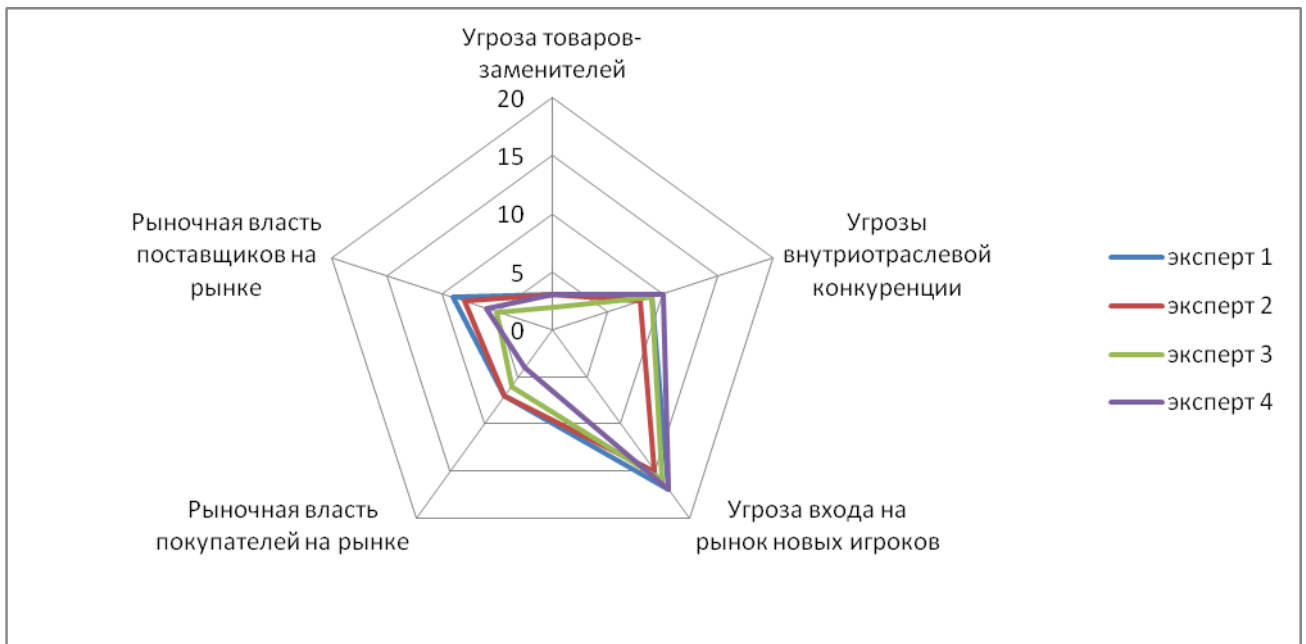


Рисунок 2.14 – Экспертная оценка влияния движущих сил на рынке образовательных услуг [разработано автором самостоятельно на основе экспертного метода и источника [130]]

В результате, необходимо отметить согласованность экспертов в значительном влиянии угрозы выхода новых игроков на рынок образовательных

услуг и повышении уровня внутриотраслевой конкуренции.

Также проведен PEST-анализ внешних факторов, влияющих на обеспечение конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» (Приложение И). Также факторы оценили те же эксперты, которые оценивали факторы в рамках модели пяти сил Портера. В результате, на графике (рисунок 2.15) определены коэффициенты с учетом мнений экспертов и оценкой автора исследования.

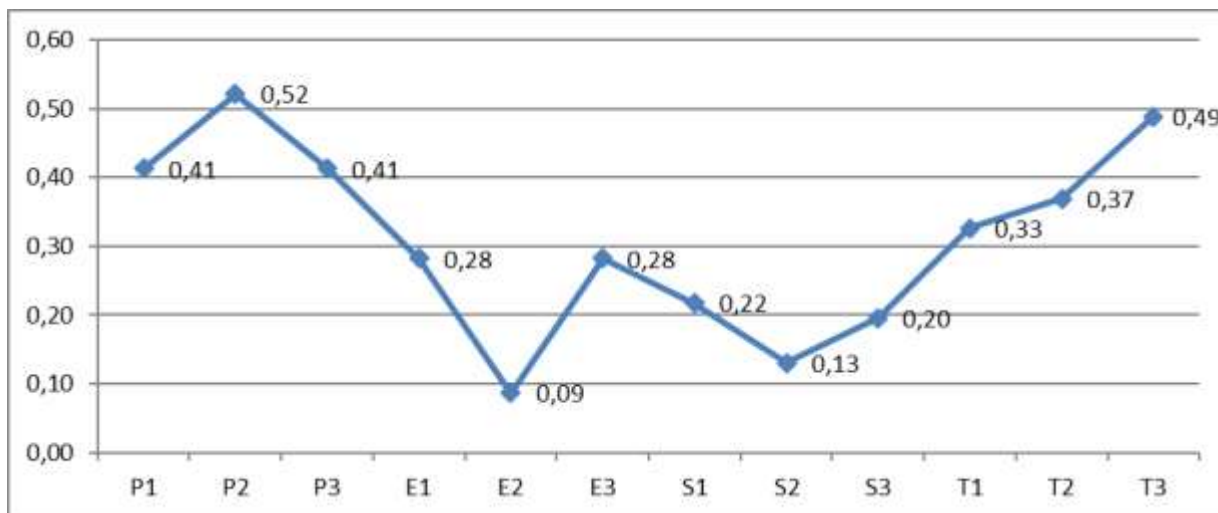


Рисунок 2.15 – Результаты PEST-анализа внешних факторов, влияющих на обеспечение конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» [разработано автором самостоятельно на основе экспертного метода и источника [86]]

На рисунке 2.15 по горизонтальной оси представлены факторы, которые соответствуют порядковому номеру в таблице 3.1 и обозначены как П – политические, Э – экономические, С – социальные и Т – технологические факторы. Значение фактора, которое приближается к 0,5, может являться как положительным, так и отрицательным фактором. Так, в таблице 2.6. на факторы, которые попали в предел 0,3-0,5, разработаны соответствующие мероприятия по обеспечению конкурентоспособности образовательных услуг ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ».

Таблица 2.6 – Разработка мероприятий в рамках действия факторов внешней среды, ориентированных на обеспечение конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [разработано автором самостоятельно на основе экспертного метода]

Факторы	Возможности, +	Угрозы, -	Предпринятые действия	Разработанные мероприятия
1	2	3	4	5
Политические:				
1. Нестабильная политическая ситуация		-	Мониторинг изменения законодательства и принятых решений	Адаптивная стратегия. Ориентация на государственные приоритеты в развитии сферы образования
2. Повышение требований к основным образовательным стандартам	+		Подготовка к выполнению условий российской аккредитации	Выбор наиболее перспективных основных образовательных программ и их развитие для обеспечения дальнейшей аккредитации
3. Оптимизация образовательных организаций высшего образования по пути укрупнения	+		Объединение усилий разных образовательных организаций влечет за собой повышение уровня конкурентоспособности за счет концентрации ресурсов в рамках одной организации	Расширение рынка образовательных услуг на территорию РФ
Экономические:				
1. Большие затраты на коммунальные услуги		-	Увеличение расходной части бюджетов. Сокращение бюджетов развития	Внедрение новых видов услуг, в том числе проведение научных исследований для частного и государственного сектора экономики
2. Увеличение расходов на фонд оплаты труда	+		Мониторинг плановых повышений з.п. для работников бюджетной сферы и ориентация на достижение средней з.п. по Ростовской и Белгородской областям	Увеличение фонда оплаты труда за счет новых услуг и спец. счетов

Продолжение таблицы 2.6

1	2	3	4	5
Социально-культурные:				
2. Демографические факторы	+		Мониторинг рождаемости и количества выпускников средней школы	Ориентация на выпускников школ с учетом разработанных образовательных программ, которые необходимы рынку труда в ближайшей стратегической перспективе.
Технологические:				
1. Внедрение новых форм обучения	+		Закупка нового оборудования, программ, привлечение опытных научно-педагогических кадров	Формирование фонда развития
2. Внедрение информационных технологий в процесс обучения студентов	+		Посещение тренингов повышения квалификации в направлении использования CRM-систем	Использование проектного подхода к внедрению информационных технологий
3. Разработка основных образовательных программ для профессий будущего	+		Расширение спектра специальностей	Мониторинг и изучение рынка труда, выявление новых специальностей за счет плотного сотрудничества с прибыльными предприятиями

Далее проведем анализ внутренних факторов на примере ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» с помощью инструмента SNW-анализа (таблица 2.7).

Таблица 2.7 – SNW-анализ ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [разработано по материалам источника [67, с. 189-206]]

Описание фактора	S	W	N
1	2	3	4
Различный уровень корпоративной культуры в разных структурных подразделениях (факультетах, кафедрах, административных единицах)			X
Подготовка кадров высшей квалификации по профильным направлениям	X		
Методическое обеспечение всех учебных дисциплин			X
Информационное обеспечение образовательного процесса		X	

Продолжение таблицы 2.7

1	2	3	4
Развитие научной инфраструктуры, реализация хоздоговорных работ, прикладных и фундаментальных исследований по заказу реального сектора экономики	X		
Инновационное развитие образовательной организации		X	
Уровень квалификации научно-педагогических кадров	X		
Уровень текучести кадров			X
Качество образования по оценкам потребителей услуг (студенты и их родители)		X	
Качество образования по оценкам работодателей	X		
Финансовая устойчивость организации		X	
Уровень технической оснащенности и развития материально-технической базы		X	
Развитие библиотечного фонда	X		
Гибкость организационной структуры управления и стиль управления		X	

Если проанализировать внутреннюю среду ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», то получим следующие данные: организация имеет современную материально-техническую базу, которая оснащена современным оборудованием, имеет возможность подготовки кадров высшей квалификации.

Высокий уровень и качество образовательных услуг, имидж будущей профессии является одним из решающих факторов в привлечении абитуриентов.

Большим плюсом является высокий уровень корпоративной культуры, достигаемый за счет жестко регламентированных должностных инструкций, поощрений, премий и проводимых внутренних конкурсов среди профессорско-преподавательского состава по итогам календарного года. То есть основные организационно-экономические составляющие конкурентоспособности образовательной организации в данном анализе формируются из: материально-технического обеспечения, кадрового состава, методического обеспечения учебных дисциплин и научно-исследовательской деятельности.

В рамках стратегического подхода анализ организационно-экономических составляющих также должен учитывать стейкхолдеров, которые являются движущими силами, оказывающими влияние на обеспечение конкурентоспособности ОО ВО [44; 204]. На примере ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» стейкхолдеры представлены в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Стейкхолдеры ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [составлено автором самостоятельно]

Первичные стейкхолдеры	Вторичные стейкхолдеры
1) учредители образовательной организации высшего образования; 2) власть (местная и государственная); 3) ректорат; 4) научно-педагогические кадры; 5) профсоюз	1) конкуренты; 2) заказчики прикладных и фундаментальных исследований для реального сектора экономики; 3) местные сообщества, куда входят: <ul style="list-style-type: none"> • средства массовой информации; некоммерческие организации, в том числе общественные и благотворительные; • местные активисты, формирующие общественное мнение. 4) поставщики энергоносителей, обеспечение связи, материальное обеспечение; 5) обслуживающий персонал; 6) абитуриенты и студенты

Детализацию требований каждой группы стейкхолдеров можно представить в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Детализация требований каждой группы стейкхолдеров ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» относительно обеспечения конкурентоспособности образовательной услуги [составлено автором самостоятельно]

Стейкхолдеры	Требования
1	2
Учредитель (Совет министров ЛНР)	Привлечение инвестиций. Освоение новых сегментов на рынке образовательных услуг. Повышение прибыли. Повышение конкурентоспособности
Научно-педагогические кадры	Карьерный рост с высоким уровнем оплаты труда. Расширенный пакет социальных льгот и гарантий. Высокий уровень социальной защищённости работников. Программы повышения квалификации
Исполнительная власть (МОН ЛНР, учреждения санитарно-профилактической службы, МЧС ЛНР)	Соблюдение нормативно-правовых, санитарных норм и пожарной безопасности. Контроль качества реализации образовательных услуг в рамках утвержденных основных образовательных программ. Патриотическое воспитание, недопущение проявления экстремистских проявлений среди студенческой среды
Конкуренты	Честная конкуренция
Заказчики прикладных и фундаментальных исследований для реального сектора экономики	Высокий уровень информационной прозрачности. Разработка инновационных продуктов, которые реально снижают себестоимость производства и повышают эффективность работы предприятий заказчиков. Увеличение количества ставок за счет реализации научно-исследовательских работ, пополнение спецсчета за счет выполнения хоздоговорных работ. Формирование инновационного фонда для развития материально-технической базы организации

Продолжение таблицы 2.9

1	2
Местные сообщества	Отсутствие отрицательного влияния деятельности на существующее положение дел. Формирование рабочих мест, соблюдение этических норм в обществе, передача общественных ценностей
Поставщики	Надежность покупателя. Своевременность осуществляемых расчетов за поставленное оборудование, материалы и обеспечение устойчивых партнерских отношений. Прозрачность в проведении тендерных процедур
Ректорат	Достижение стратегических и тактических целей. Выполнение поставленных задач перед профессорско-преподавательским составом
Республиканская организация Профсоюза работников образования и науки Луганской Народной Республики	Защита права каждого члена Профсоюза на труд, получение профессии и повышение квалификации, справедливую и своевременную оплату труда; Создание здоровых и безопасных условий труда членов Профсоюза
Обслуживающий персонал	Выплата заработной платы. Обеспечение безопасных условий труда
Абитуриенты и студенты	Получение диплома о высшем образовании (с международным признанием), приобретение практического опыта, соответствующих навыков по профессии

Понимая требования каждой группы стейкхолдеров, сформируем матрицу заинтересованных сторон (рисунок 2.16).



Рисунок 2.16 – Матрица заинтересованных сторон ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»

[разработано автором на основании источника [205]]

Таким образом, для ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» необходимо использовать стратегию вовлечения для построения партнерских отношений с главными стейкхолдерами. Главные стейкхолдеры, которые находятся в квадрате Г, должны принимать непосредственное участие в создании и реализации образовательных услуг. Особенно это интересно для абитуриентов, которые получают информацию о самом образовательном учреждении, детализируются условия получения будущей профессии. Привлечение абитуриентов к профильным олимпиадам по различным направлениям подготовки позволяют выявить будущих лучших студентов с помощью предоставления дополнительных баллов и приоритетности для поступления на бюджетные места. Кроме этого, при проведении олимпиад можно также использовать анкетные данные для выявления составляющих, на которые абитуриенты обращают внимание при выборе будущей профессии и, соответственно, будущего учебного заведения.

Стратегию игнорирования можно применить для стейкхолдеров с низким уровнем влияния и низким уровнем важности (местные сообщества, поставщики сырья, материалов и энергоресурсов, конкуренты). В этом случае достаточно информировать стейкхолдеров квадрата Г о том, что требуется непосредственно от самого образовательного учреждения и самих стейкхолдеров. Четкая постановка задач без дополнительных деталей – идеальный формат взаимодействия.

Стратегия поддержки применяется к стейкхолдерам с высоким уровнем важности в производственных процессах, но низким уровнем влияния или концептуальной властью. То есть это представители квадрата В. В интересах ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» необходимо информировать стейкхолдеров обо всех этапах развития организации, а также создать условия для работы профессорско-преподавательского состава с эффективной системой мотивации. Данные стейкхолдеры способны оказать поддержку в случае возникновения проблем на уровне тактики при реализации стратегических задач.

Консультативную стратегию необходимо использовать со стейкхолдерами, которые оказывают сильное влияние на успех проекта, хоть и обладают низким

уровнем важности (квадрат А). По возможности необходимо согласовать с ними важные решения и получить консультативную помощь в части проведения лицензирования образовательной деятельности и проведения аккредитационной экспертизы основных образовательных программ. Также важно выполнить требования санитарных норм и пожарной безопасности в рамках основных фондов образовательной организации.

Все части процесса управления рисками с позиции стейкхолдеров квадрата Б должны быть формализованы и четко описаны в рамках внутренних документов, иметь соответствующие критерии оценки по результатам работы.

Используя инструмент «жизненный цикл организации по Адизесу», рассмотрим фазу, которая в наибольшей мере характеризует ситуацию с процессами управления в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» (рисунок 2.17).

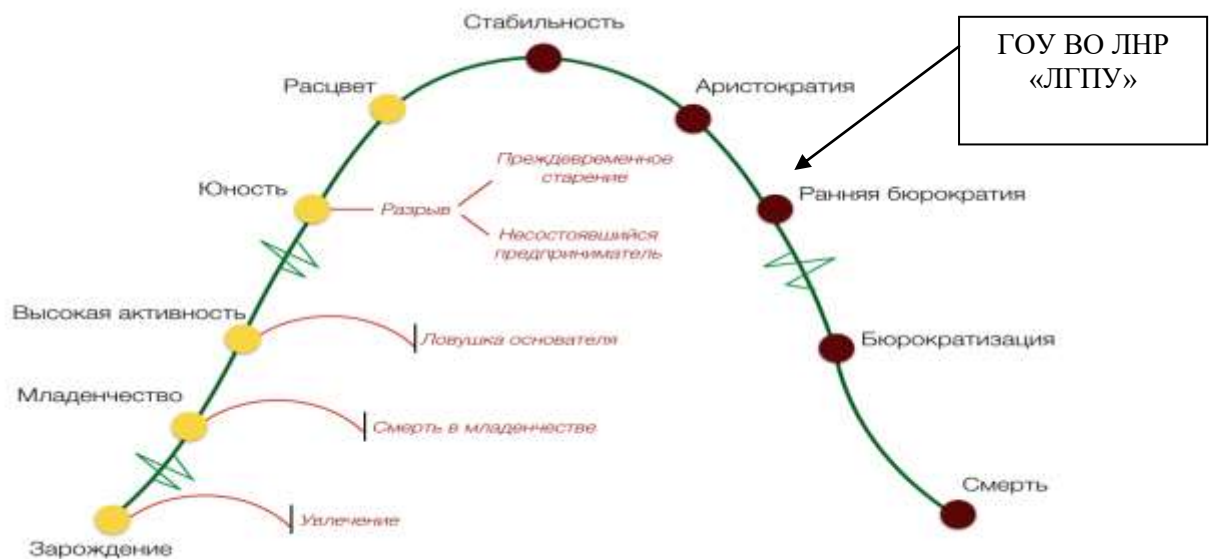


Рисунок 2.17 – Жизненный цикл организации по И. Адизесу и определение фазы данного цикла для ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [разработано автором на основании источника [4]]

Современный этап развития образовательной организации ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» характеризуется стадией «Ранняя бюрократия». На данном этапе явно

проявляется бюрократизация основных процессов. Так, для профессорско-преподавательского состава предоставляется огромный объем информации и дополнительной работы, которую необходимо выполнять в кратчайшие сроки. Особенно это касается методического обеспечения учебных дисциплин, воспитательной работы и стандартного заполнения различных журналов и пр. Все это сложилось из-за отсутствия стратегического управления в рамках данной организации. Очень продолжительный период проходит проект автоматизации образовательного процесса и его одновременное усложнение в части подготовки различных документов, необходимых для аккредитационной экспертизы в РФ. Такие инновации вызывают сопротивление среди профессорско-преподавательского состава, что также влечет за собой снижение корпоративного духа и увеличение текучести кадров. В свою очередь, мобильность и способность реагировать на изменения внешней среды у образовательной организации резко снижается и приобретает определенную инерцию, которую сложно преодолеть или изменить с позиции высшего руководства. Такая стадия непосредственно перейдет в полную бюрократизацию всех процессов управления, и будет существовать до тех пор, пока будет открыто внешнее субсидирование или выделение мест на бюджетную форму обучения для подготовки специалистов, крайне важных и необходимых экономике государства. В то же время открытие новых основных образовательных программ по определенным направлениям подготовки, которые будут востребованы в стратегической перспективе как профессии будущего в рамках теории жизненного цикла организации, станет невозможным.

Исходя из результатов стратегического анализа с помощью таких инструментов, как 5 сил Портера, SNW-, PEST-анализ, анализ основных стейкхолдеров можно составить матрицу SWOT-анализа по отношению к ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» (таблица 2.10) и ее уровню конкурентоспособности. Это необходимо для разработки стратегических альтернатив и выбора вида стратегии данной образовательной организации.

Таблица 2.10 – SWOT-анализ ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [составлено автором самостоятельно на основе таблиц: 2.5, 2.6, 2.7, 2.8 и рисунка 2.17]

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Широкий спектр предоставляемых образовательных услуг. 2. Наличие собственной материально-технической базы. 3. Высококвалифицированный научно-педагогический состав. 4. Приемлемая цена предоставляемых образовательных услуг для контингента с доходами средний и ниже среднего. 5. Выполнение высоких требований стейкхолдеров квадрата А. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бюрократизация основных процессов реализации образовательной услуги. 2. Неполная обеспеченность информационными технологиями образовательного процесса. 3. Сопротивление в части принятия новых технологий и их внедрение в основные процессы в связи с высоким уровнем бюрократизации. 4. Низкий уровень технической оснащенности аудиторного фонда в связи с отсутствием инновационного фонд развития.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие научной инфраструктуры, реализация хоздоговорных работ, прикладных и фундаментальных исследований. 2. Развитие библиотечного фонда. 3. Повышение качества образовательных услуг 4. Разработка основных образовательных программ для профессий будущего. 5. Внедрение информационных технологий в процесс обучения студентов. 6. Внедрение дистанционной формы обучения. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение расходов на коммунальные услуги. 2. Ужесточение конкуренции с уже имеющимися образовательными организациями с тенденций к объединению в рамках одного республиканского образовательного учреждения. 3. Повышение требований к основным образовательным стандартам. 4. Нестабильная политическая ситуация и продолжение военных действий.

Совмещение факторов, в частности сильных и слабых сторон в виде четырехпольного анализа, позволило сформировать соответствующую таблицу 2.11 с формированием различных стратегических альтернатив для обозначенной образовательной организации.

Таблица 2.11 – Четырехпольный анализ и выработка стратегических альтернатив для ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», ориентированных на обеспечение своей конкурентоспособности [составлено автором самостоятельно]

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	Привлечение абитуриентов за счет детализации внутренних процессов, воспитательной работы и презентации важности и необходимости новых профессий будущего, которым можно обучаться только в данной образовательной организации. Приемлемые цены за обучение (ниже в 10 раз по сравнению с подобными образовательными программами в РФ) позволят привлечь иностранных абитуриентов	Повышение требований к основным образовательным стандартам и ужесточение конкуренции позволит ориентироваться на повышение качества образовательных услуг за счет привлечения в образовательный процесс высококвалифицированных кадров, практиков в определенной сфере. Также нестабильная политическая ситуация позволяет удерживать ценовую политику для абитуриентов с низкими и средними доходами, однако за счет привлечения иностранных абитуриентов ценовая политика будет увеличиваться, что позволит покрывать дополнительные расходы на коммунальные платежи, надбавки и повышение заработных плат научно-педагогическому составу
Слабые стороны	Развитие научной инфраструктуры позволит увеличить выполнение объемов прикладных и фундаментальных исследований для реального сектора экономики. Для этого необходимы дополнительные инвестиции в лабораторные исследования и привлечение креативных молодых специалистов и студентов. Это позволит создавать кластер, в рамках которого будут сосредоточены поставщики сырья и материалов, производственные предприятия и профильные структурные подразделения образовательной организации	Бюрократизация процессов позволяет усложнить внутренние основные процессы, но с другой стороны – обеспечит повышенные требования Роспотребнадзора для прохождения процедуры аккредитации основных образовательных программ. В свою очередь, для выполнения требований данной аккредитации образовательной организации придется выполнить условия по автоматизации процессов и введения дистанционных курсов обучения

Исходя из вышеизложенного, можно сформировать матрицу угроз, которые могут снижать уровень конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» (таблица 2.12).

Таблица 2.12 – Матрица угроз, которые оказывают влияние на обеспечение высокого уровня конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [составлено автором самостоятельно]

Вероятность	Критическая	Тяжелая	Незначительная
Высокая	Вопрос стабилизации политического положения не будет решен в ближайшие пять лет, что снизит доверие абитуриентов в части международного признания дипломов об образовании. Сложности с привлечением иностранных абитуриентов		
Средняя	Ужесточение конкуренции с уже имеющимися образовательными организациями с тенденцией к объединению в рамках одного республиканского образовательного учреждения	Повышение цен на коммунальные услуги, сырье и материалы повлечет за собой повышение цен на контрактной форме обучения и увеличение стоимости научно-исследовательских работ	Повышение требований к основным образовательным стандартам является стимулом к повышению уровня конкурентоспособности образовательных услуг
Низкая	Снижение спроса на услуги из-за не востребоваемости отдельных специальностей на рынке труда, падение престижности профессий и снижение уровня рождаемости		Появление новых услуг-заменителей на рынке образовательных услуг

Таким образом, исходя из матрицы рисков, руководящему составу необходима актуальная информация относительно состояния внешней среды. Для того чтобы быть готовыми к продолжению политического конфликта, необходимо прибегать к адаптивным стратегиям, то есть выполнять требования к образовательным программам как принято это на международном уровне.

Готовность к объединению учреждений высшего образования на примере российской практики будет заключаться в сохранении и усилении образовательных программ по профильным направлениям в сфере педагогики, экономики, информационных технологий, истории, культуры и искусства.

В случае с техническим обеспечением образовательного процесса следует мониторить зарубежный опыт (на основе подхода бенчмаркинга) или

разрабатывать собственные образовательные технологии. Создание инновационного фонда за счет поступления от научно-исследовательских работ позволит сформировать дополнительную материальную мотивацию для исполнителей, обновлять оборудование, чтобы предоставлять услуги на достаточно высоком уровне.

В результате проведенного стратегического анализа с помощью матрицы Ансоффа для ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» уже частично реализует стратегию проникновения, выходя со старым продуктом на старый рынок с помощью проведения российской аккредитационной экспертизы основных образовательных программ. Цель данной стратегии – адаптировать и продвинуть свои уже существующие товары для новых рынков (завоевание новых сегментов потребителей, открытие филиалов в других регионах). Инструменты реализации данной стратегии: использование новых каналов продвижения образовательных услуг (на основе вхождения данного учреждения в единый государственный реестр Роспотребнадзора можно обоснованно продвигать свои образовательные услуги для российских граждан). Такое продвижение должно включать в себя контекстную рекламу и индексацию сайта ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» для Ростовской и Белгородской областей.

Второй основной стратегией станет развитие, то есть выход с новым продуктом (новые основные образовательные программы) по специальностям, которые необходимы рынку труда [65] (территория ЛНР и ДНР). По прогнозам Forbes, BBC, «Сколково», Высшей школы экономики и Росстата [178] наибольшим спросом будут пользоваться IT-специальности. Именно этот сегмент можно развивать на базе ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». Таким образом, анализируемое учреждение может использовать комбинацию стратегий проникновения и развития. В результате, повышение конкурентоспособности ОО ВО будет основываться на высоком качестве предоставления образовательных услуг и предложении востребованных на рынке труда выпускников. Это, в свою очередь, даст организации высшего образования право оставаться конкурентоспособным в стратегической перспективе.

2.3. Экспертная оценка организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования на основе маркетингового подхода

В современных условиях высшие образовательные учреждения, создавая конкурентоспособные образовательные услуги, повышая их ценность для потребителя, стараются одержать победу в конкурентной борьбе и занять достойное место на рынке образовательных услуг.

Обеспечение конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования представляет собой комплексную характеристику рыночных позиций каждой такой организации среди подобных в рамках определенной территории. Понимание такой позиции на рынке образовательных услуг с учетом действующих и потенциальных возможностей позволяет на уровне самой организации выгодно отличаться от конкурентов и занимать лидирующие позиции в долгосрочной перспективе. Именно поэтому маркетинговый подход к оценке организационно-экономического потенциала применяется индивидуально к каждой образовательной организации.

К действующим и потенциальным возможностям ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» можно отнести:

- подбор квалифицированного профессорско-преподавательского состава;
- обеспечение качественной подготовки будущих специалистов;
- внедрение в образовательный процесс инновационных методов обучения;
- мониторинг рынков образовательных услуг и труда;
- совершенствование маркетинговой деятельности в учреждении;
- взаимовыгодное сотрудничество с партнерами как на региональных, так и на международных рынках образовательных услуг и труда.

К перечню действующих и потенциальных возможностей ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» не случайно отнесен пункт, связанный с совершенствованием маркетинговой деятельности в учреждении. Обеспечение конкурентоспособности

ОО ВО за счет маркетинга позволяет аргументировать следующими факторами: усиление конкуренции на рынке образовательных услуг, повышение уровня предпочтений среди потребителей, резкое сокращение числа абитуриентов на некоторые специальности, сокращение бюджетного финансирования, коммерческий характер высшего образования и др.

Зачастую о маркетинге в ОО ВО вспоминают тогда, когда задумываются, почему потребители перестают приобретать образовательные услуги, утрачивают к ним интерес, переходят в другие ОО ВО.

Для того чтобы удержать своего потребителя, организации необходимо провести серьезную работу по совершенствованию образовательных услуг, и здесь без отлаженной работы всех организационно-экономических составляющих не обойтись, так как необходимо определиться с адекватной рыночной ценой, организовать работу по продвижению образовательных услуг, тем самым увеличив их спрос.

Реализация организационно-экономических составляющих образовательных организаций высшего образования в своей основе строится по общим принципам маркетинга, однако из-за специфики услуги здесь есть ряд особенностей, в первую очередь касающихся сферы применения, в которой выделяют такой вид маркетинга, как маркетинг услуг – направленный на удовлетворение потребностей в нематериальных видах товаров (услуг) или в полезном эффекте с целью получения организацией прибыли [37].

Ссылаясь на учебную литературу [82], маркетинговую деятельность именно для образовательных организаций можно трансформировать в рамках таких направлений, как:

- формирование спроса и стимулирование сбыта образовательных услуг;
- позиционирование образовательной организации и формирование положительного имиджа;
- эффективная рекламная деятельность с использованием современных каналов продвижения (интернет-ресурс, социальные сети и др.);
- формирование ценовой политики на предоставляемые образовательные

услуги;

– организация и проведение маркетинговых исследований (фокус-группы, социологические опросы абитуриентов и их родителей, а также работодателей);

– анализ конкурентоспособности образовательной организации на действующем ранке;

– методы измерения эффективности маркетинговых мероприятий.

Практика показывает, что далеко не все образовательные учреждения в своей маркетинговой деятельности используют весь спектр предложенных автором элементов. Так, например, маркетинговая деятельность ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» направлена на использование маркетинговых коммуникационных инструментов для продвижения образовательных услуг, формирования объективного представления о заведении и поддержания объективного имиджа университета. С этой целью в университете создан отдел маркетинга, который является его структурным подразделением.

Кроме того, в учреждении существует отдел по связям с общественностью, который на профессиональном уровне реализует задачи информатизации учебно-воспитательного процесса организации посредством веб-сайта университета, студенческого телевидения, радио «Первое студенческое ЛГУ-FM» и университетской газеты «Новый взгляд» [120].

Однако для обеспечения конкурентоспособности образовательным учреждениям необходимо в полном объеме использовать свой организационно-экономический потенциал, который сегодня становится важным инструментом в рамках стратегии развития, и от которого напрямую зависят основные результаты деятельности.

В словаре экономических терминов дается следующая формулировка данному понятию: «потенциал – источники, возможности, средства, запасы, которые могут быть приведены в действие и использованы для решения какой-либо задачи, достижения определенной цели; возможности отдельного лица, фирмы, организации, общества, государства в определенной области...» [171]. На наш взгляд, считаем возможным в сфере высшего образования также применять

данное определение понятия «потенциал».

Понятие «организационно-экономический потенциал» появилось в научной литературе относительно недавно [182; 193], но уже сегодня существует определенный теоретический фундамент по этому вопросу. При этом следует отметить, что среди авторов нет единства мнений относительно категории «организационно-экономический потенциал образовательной организации». Все современные исследователи больше ориентируются на соответствующий механизм [12; 40; 188], который включает ряд элементов, ориентированных на повышение качества услуг или продукта.

Определение сущности маркетингового потенциала было рассмотрено такими учеными, как В.П. Баранчеев и С.Г. Стрижов. Под организационным потенциалом они понимают «степень готовности, способности, возможности предприятия, его маркетинговой службы своевременно и качественно выполнять маркетинговые функции, решать поставленные задачи», а также «степень соответствия данного состояния маркетинговой службы тому состоянию, которое является необходимым для решения поставленных задач» [17, с. 42-50]. Однако авторы не дают уточнений относительно того, какие же задачи могут быть решены в процессе работы организационно-экономического механизма.

Детально изучив трактовки понятия «организационно-экономический потенциал» в трудах ученых, можно сделать вывод о том, что в отличие от определений организационно-экономического потенциала объекта, предприятия данное понятие должно учитывать принципиальные, специфические особенности образовательной организации, заключающиеся во взаимосвязи с внешней средой, к которой относятся рынки образовательных услуг и труда.

В результате, под организационно-экономическим потенциалом образовательной организации высшего образования будем понимать комплементарную совокупность организационных (в том числе маркетинговых), экономических возможностей, реализация которых подкреплена материальными ресурсами, которые есть в наличии, стратегически ориентированной структурой управления и могут быть мобилизованы для достижения целей маркетинговой

деятельности организации.

Как видно из формулировки данного определения, организационно-экономический потенциал состоит не только из маркетинговых возможностей, а также из соответствующих ресурсов организации. И это не случайно, потому что большинство образовательных организаций имеют достаточные возможности, однако далеко не все организации одинаково успешно функционируют на рынке образовательных услуг. Причиной этому может быть: во-первых, отсутствие соответствующих ресурсов, которые подкрепляют маркетинговые возможности и обеспечивают их реализацию; во-вторых – учреждения не выявляют свои возможности и преимущества (конкурентоспособность) для успешной деятельности на рынке образовательных услуг. Поэтому получается, что обязательным условием формирования организационно-экономического потенциала является наличие соответствующих ресурсов. Этим составляющим потенциала свойственна тесная взаимосвязь и комплементарность.

Главной целью организационно-экономического потенциала образовательных организаций высшего образования является удержание потребителей и формирование рынка потребителей (реальных и потенциальных) образовательных услуг, которые обеспечивают воспроизводство спроса на эти услуги.

Основной задачей такого потенциала является повышение конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования в условиях изменчивой внешней среды.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что понятие «организационно-экономический потенциал образовательной организации высшего образования» в отечественной научной литературе, в настоящее время, изучен мало. На наш взгляд, это одно из новых направлений экономических исследований в сфере высшего образования, которые будут проводиться в течение определенного времени как в теоретическом, так и в практическом плане.

В результате, на примере ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» проведем анализ организационно-экономического потенциала. Первым показателем для такого

анализа является количественный состав ППС по состоянию на 01.11.2019 г. (таблица 2.13).

Таблица 2.13 – Количественный состав ППС ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» по состоянию на 01.11.2019 г. [составлено автором на основе данных отдела кадров]

Общая численность ППС (штат), чел.	Численность работников по основной должности, имеющих ученую степень, чел.	
	докторов наук	кандидатов наук
569	50	198

То есть на момент проведения анализа процент остепененности ППС составляет 44 %. Кроме этого, уже на начало 2020 года планируется 3 защиты: 2 кандидатские и 1 докторская диссертации. В результате, остается 50% потенциал относительно формирования кадров высшей квалификации.

Распределение кадров высшей научной квалификации по отраслям наук представлено в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Распределение кадров высшей научной квалификации по отраслям наук в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [составлено автором на основе данных отдела кадров]

Отрасль наук	Численность ППС, имеющих ученую степень	
	Доктора наук	Кандидаты наук
Всего, в том числе:	50	198
Биологические		6
Географические		3
Геолого-минералогические		1
Искусствоведение	2	1
Исторические	4	11
Медицинские	2	9
Педагогические	15	73
Политические	1	1
Психологические	1	5
Сельскохозяйственные	3	4
Социологические	1	1
Технические	2	12
Физико-математические		5
Филологические	4	21
Философские	3	8
Химические	1	4
Экономические	3	15
По государственному управлению и социальным коммуникациям	1	2

То есть остепененный контингент ППС представлен 18 отраслями наук, наибольший удельный вес в этом количестве занимают именно филологические и педагогические науки. Такая особенность существенно выделяет данную организацию среди гуманитарной сферы подготовки.

Следующая организационная составляющая – это количественный контингент поступающих абитуриентов на первый курс. В частности, проведем анализ заполнения бюджетных мест по контрольным цифрам приема (КЦП) с контрактной формой зачисления за последние три учебных года с 2017-2020 гг. Такие данные представлены в Приложении К. Данная информация предоставлена приемной комиссией ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на основании отчета в МОН ЛНР о результатах выполнения контрольных цифр приема по специальностям и направлениям подготовки для обучения по образовательным программам высшего образования за счет бюджетных ассигнований Государственного бюджета Луганской Народной Республики. На рисунке 2.18 представлена динамика зачисления на обучение в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ».

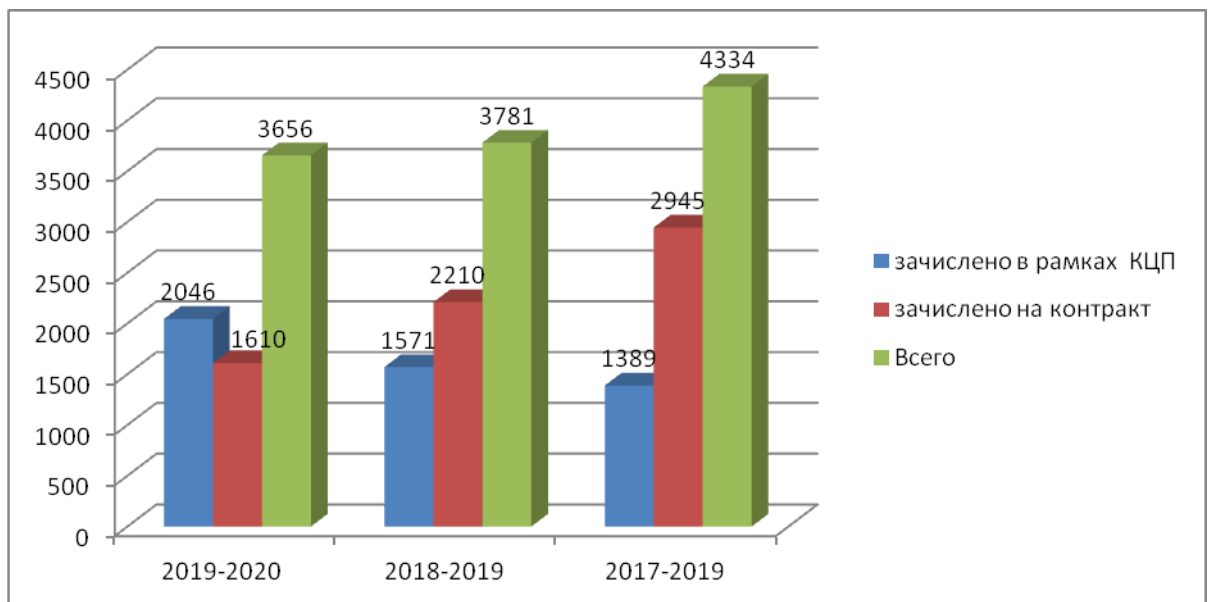


Рисунок 2.18 – Динамика зачисления на обучение по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [составлено на основании данных отчетов в МОН ЛНР]

Как видно из рисунка 2.17, на начало 2020 года набор на обучение обеспечил 11770 человек. В расчете на одного представителя ППС соответствует 21 чел. (11770 чел. / 569 чел. ППС). Однако общее число обучающихся с каждым годом уменьшается, за три года данный показатель уменьшился на 26%, а набор по контрактной форме сократился на 46%. В то же время объем КЦП за этот же период вырос на 47 %. Такая динамика свидетельствует о проблемах в социально-экономическом развитии, когда снижается уровень качества жизни высшее образование отходит на второй план, даже если контрактная форма обучения по ценовой политике вдвое ниже, чем в ближайших государствах, где дипломы о высшем образовании имеют международное признание. Соответственно, для удержания контингента на территории ЛНР государство реализовало социальную функцию в части увеличения объемов КЦП практически в два раза.

Анализ научной составляющей выявил, что в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» функционируют четыре научные школы, а именно:

1. Дискурсология: язык, культура, общество;
2. Синтез карбо- и гетероциклов на основе активированных олефинов;
3. Физическое воспитание учащейся молодежи в современных образовательных условиях;
4. Научная школа института экономики и бизнеса.

Также функционируют три научно-исследовательских центра, семь научно-образовательных центров и три лаборатории. В результате можно проанализировать публикационную активность ППС данной организации в разрезе пяти последних лет (рисунок 2.19). Такая активность является высокой в связи с тем, что в расчете на одного штатного преподавателя приходится одна статья, а в 2018 году данный показатель стремился к двум статьям. То есть в публикационной активности большое внимание уделяется качеству подготовки статьи.

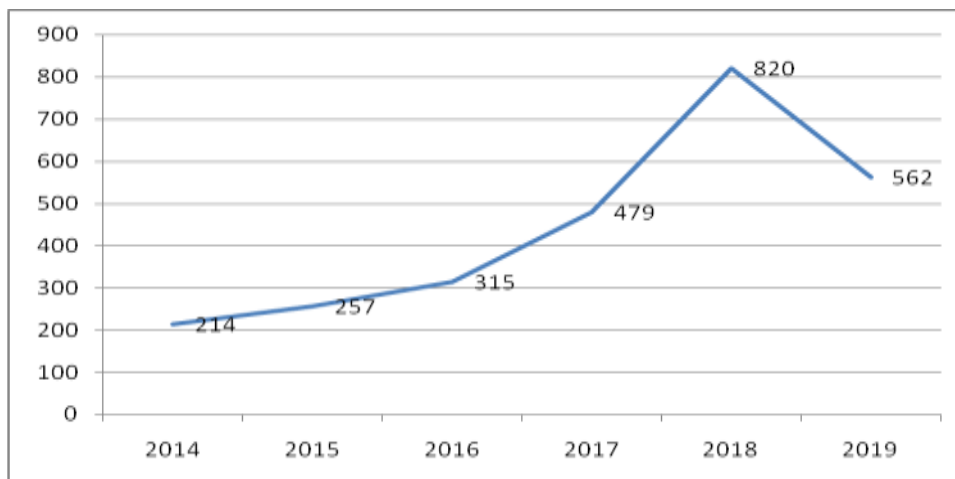


Рисунок 2.19 – Количество публикаций ППС ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» по годам [составлено на основании данных информационного портала РИНЦ [98]]

Если проанализировать данные статьи за последние пять лет, то их распределение по отраслям наук представлено в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Публикация научных статей ППС ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» по отраслям наук [составлено на основании данных информационного портала РИНЦ [98]]

Тематическая рубрика	Публикаций
1	2
Народное образование. Педагогика	905
Экономика. Экономические науки	277
Физическая культура и спорт	233
Языкознание	232
Химия	163
Медицина и здравоохранение	136
Литература. Литературоведение. Устное народное творчество	112
История. Исторические науки	112
Психология	109
Сельское и лесное хозяйство	106
Физика	87
Философия	86
Социология	69
Политика. Политические науки	42
Биология	42

Продолжение таблицы 2.15

1	2
Государство и право. Юридические науки	38
Автоматика. Вычислительная техника	33
Математика	28
Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации	22
Информатика	20
Охрана окружающей среды. Экология человека	18
Искусство. Искусствоведение	17
Культура. Культурология	15

То есть наибольшее количество статей пишут ППС по направлениям: педагогика, экономика, физическая культура и спорт, языкознание, химия, медицина и здравоохранение. Присутствуют статьи по информатике и вычислительной технике, но в очень малой доле, это до 5% от общего количества публикаций за последние пять лет. В данном направлении следует активизировать работу в связи с обозначенным стратегически ориентиром по развитию образовательных программ, связанных с IT-сферой.

Соответственно, распределение публикаций по журналам за 2019 год представлено в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Распределение публикаций ППС ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» по журналам за 2019 год [составлено на основании данных информационного портала РИНЦ [98]]

Наименование журнала	Количество публикаций
1	2
Вестник Луганского государственного педагогического университета	364
Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта	119
Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля	59
Журнал органической химии	54
Экономический вестник Донбасса	43
Сборник научных трудов SWorld	35

Продолжение таблицы 2.16

1	2
Журнал общей химии	35
Физика и техника высоких давлений	30
Вестник Донецкого национального университета. Серия Б: Гуманитарные науки	30
Научный вестник государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики «Луганский государственный аграрный университет»	28

То есть основные журналы для публикации ППС выбирает именно отечественные издания, которые входят в РИНЦ и в реестр рецензируемых изданий ВАК ЛНР. Это объяснимо, так как данные издания выходят регулярно без задержек, и редакционные коллегии журналов Вестник ЛГПУ и Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта рецензируют статьи в кратчайшие сроки.

Анализ цитирования статей в рамках ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» за последние пять лет представлен на рисунке 2.20.

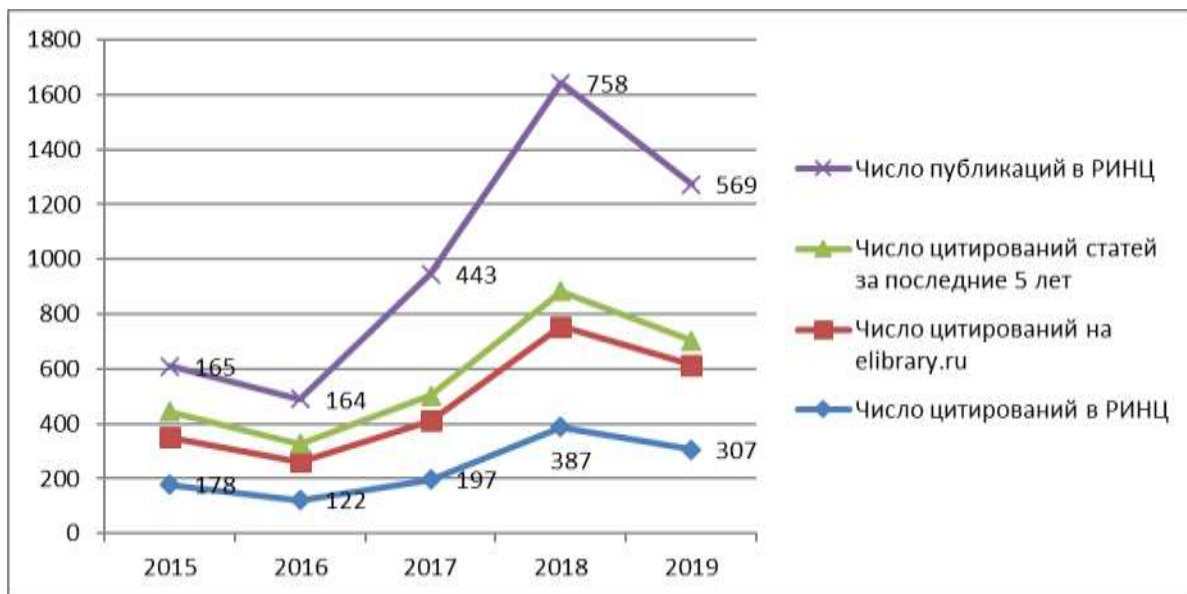


Рисунок 2.20 – Анализ цитирования статей в рамках ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» за 2015-2019 гг. [составлено на основании данных информационного портала РИНЦ [98]]

Как видно, по данным на начало 2019 года число цитирований на elibrary.ru, также как и в РИНЦ, достигло 307. Данный показатель за последние пять лет

увеличился в 2 раз. Это говорит о высокой значимости научных работ. В то же время в расчете на одного штатного ППС приходится практически по одной написанной статье в РИНЦ (569 статей / 532 чел.) и по 0,5 цитирований (307 цитир. / 532 чел.). Однако если сравнивать с подобной организацией – конкурентом в Донецкой Народной Республике (ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»), то при 870 штатной численности [119] в ГОУ ВПО «ДонНУ» приходится более 1515 цитирований в РИНЦ [99] на начало 2019 года или 1,5 цитирований на одного преподавателя (1315 цитир. / 870 чел), с количеством 2,5 написанных статей на одного преподавателя в РИНЦ (2257 статей в РИНЦ / 870 чел.). Если соотносить данный показатель с количеством цитирований и статей на одного преподавателя ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», то такие показатели можно рассматривать, как критерий эффективности работы ППС с возможным увеличением данных показателей на уровне эталонного учреждения.

Что касается международных публикаций, то анализ количества статей в журналах, входящих в Web of Science или Scopus, представлен на рисунке 2.21 при сравнении с основным конкурентом ГОУ ВПО «ДонНУ».

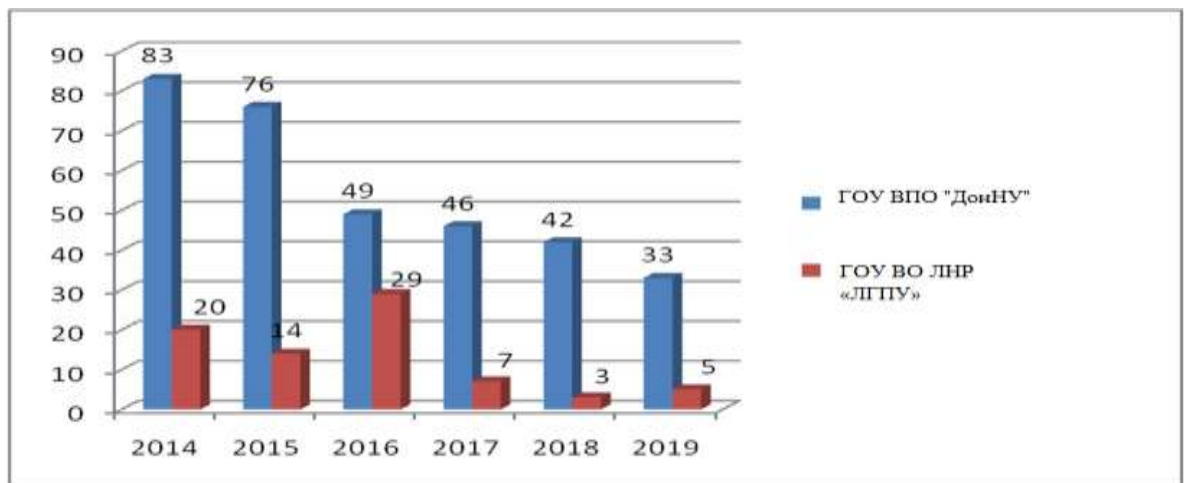


Рисунок 2.21 – Сравнение количества статей в журналах, входящих в Web of Science или Scopus, между ГОУ ВПО «ДонНУ» и ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [составлено на основании данных информационного портала РИНЦ [98; 99]]

То есть необходимо отметить существенный потенциал для роста

количественных и качественных показателей в публикационной активности анализируемого учреждения. В данном направлении (публикация статей в журналах с индексами цитирования РИНЦ, Web of Science или Scopus) также имеется потенциал для развития по сравнению с основным конкурентом на рынке образовательных услуг.

Рейтинг научных достижений ППС университета ведется на основании 19 групп показателей, представленных в Приложении Л. Расчет данного рейтинга позволяет сформировать обоснованную систему надбавок для ППС, которые вошли в первую 10 или 30 лучших преподавателей.

Следующей организационно-экономической составляющей в обеспечении конкурентоспособности организации является оценка параметров конкурентного профиля образовательной услуги. Для составления конкурентного профиля образовательных услуг ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» были проведены опросы абитуриентов и студентов первого курса на основании разработанной анкеты (Приложение М). Также в таблице 2.17 представлена выборка студентов по определенным специальностям в количестве 323 чел. по образовательной программе бакалавриата в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на 2019-2020 учебный год. Опрос проводился в феврале 2020 г. Доверительная вероятность: 95%. Целью изучения конкурентного профиля образовательной услуги является ее идентификация в общественном мнении населения, прежде всего, у потребителей услуг.

Таблица 2.17 – Сводные данные по анкетированию студентов 1 курса ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [составлено автором самостоятельно]

Специальность	Кол-во чел.	Место жительства	Средний бал аттестата и ГИА	Форма обучения	Пол	
				Контр./ Бюдж.	М	Ж
1	2	3	4	5	6	7
Всего:	323	Луганск: 230	85	159/164	93	230
Из них по специальностям:		Другие города: – ЛНР: 91; – РФ: 1; – ДНР: 1				

Продолжение таблицы 2.17

1	2	3	4	5	6	7
09.03.01 Информатика и вычислительная техника	14	Луганск: 8 Другие города: –ЛНР: 6	91	1/13	13	1
38.03.01 Экономика	16	Луганск: 15 Другие города: –ЛНР: 1	84	9/7	1	15
38.03.02 Менеджмент	23	Луганск: 13 Другие города: –ЛНР: 9; – РФ: 1	85	7/16	9	14
38.03.04 Государственное и муниципальное управление	98	Луганск: 80 Другие города: –ЛНР: 18	85	88/10	36	62
43.03.03 Гостиничное дело	46	Луганск: 23 Другие города: –ЛНР: 23	84	31/15	19	27
44.03.01 Педагогическое образование	38	Луганск: 31 Другие города: –ЛНР: 7	88	1/37	–	38
44.03.03 Специальное (дефектологическое образование)	26	Луганск: 16 Другие города: –ЛНР: 10	87	16/10	–	26
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)	36	Луганск: 33 Другие города: –ЛНР: 2; – ДНР: 1	86	–/36	–	36
49.03.01 Физическая культура	26	Луганск: 11 Другие города: –ЛНР: 15	77	6/20	15	11

Основываясь на результатах опроса абитуриентов, необходимо провести анализ динамики факторов, влияющих на формирование контингента обучающихся, выявить их стимулы, которые способствуют принятию решения для поступления в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». Перечень основных вопросов в исследовании с конкретизацией цели данного вопроса, то есть программы

исследования, представлено в таблице 2.18.

Таблица 2.18 – Цели вопросов в анкетировании студентов первого курса в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» [составлено автором самостоятельно]

Вопрос	Цель вопроса, что позволит выявить
В какие учреждения высшего образования подавались документы для поступления?	Выявление основных конкурентов. Приоритетность в выборе абитуриентов среди других образовательных организаций
Почему подали документы именно в ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»?	Выявление основных движущих факторов, которые определяют решение о поступлении в данное учреждение. По сути, это мотивирующие факторы для поступления
Какой приоритет в выборе специальности у вас был?	Выявление тенденций относительно бюджетной или контрактной формы обучения без учета того, какую профессию придется осваивать
Проранжируйте факторы влияния на принятие вашего решения о поступлении в образовательную организацию	Определение основных конкурентных преимуществ образовательной услуги. При выборе таких факторов, как ППС, уникальность программы, в будущем конкурентоспособный специалист – говорит о сознательном выборе будущей специальности
Какой источник информации был для вас более информативным в принятии решения о поступлении?	Выявить наиболее эффективные каналы продвижения образовательных услуг
Степень влияния мероприятий, проводимых ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет», на принятие решения о поступлении	Оценка эффективности проводимых PR-мероприятий

Далее более детально рассмотрим результаты данного анкетирования. Так, на вопрос относительно подачи документов для поступления в учреждения высшего образования ответы распределились следующим образом (рисунок 2.22).

То есть основным конкурентом ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на территории ЛНР, с позиции оценок самих абитуриентов, является ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля».

Рисунок 2.23 позволяет выделить тенденции относительно выбора абитуриентами по приоритету мотивирующего фактора к выбору будущей профессии.

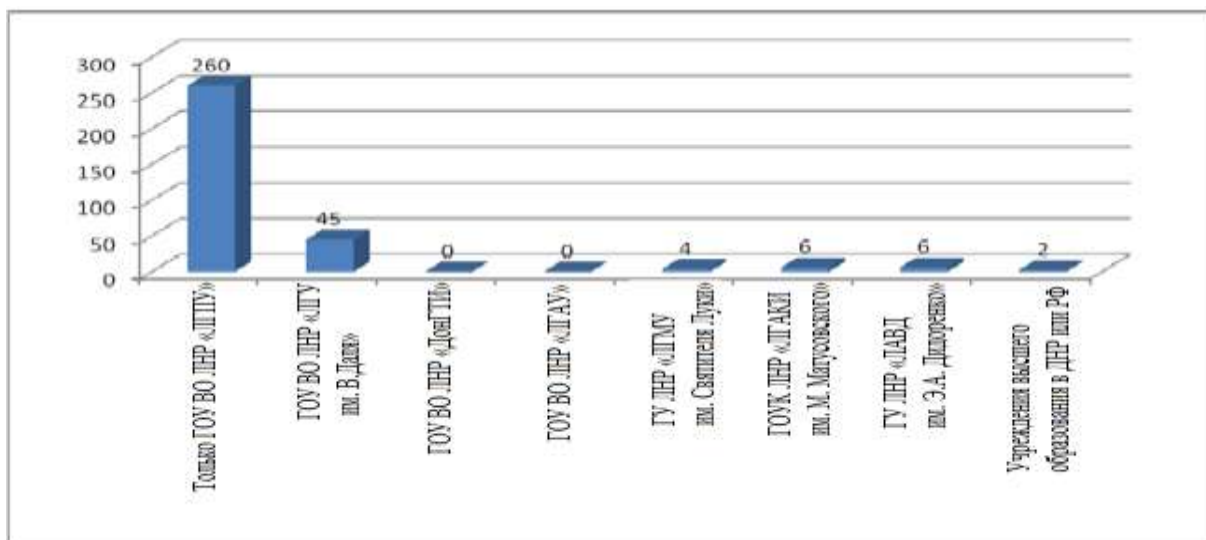


Рисунок 2.22 – Подача документов для поступления в ГОУ ВО на 2019-2020 учебный год [составлено автором самостоятельно на основе анализа анкет опроса студентов первого курса]

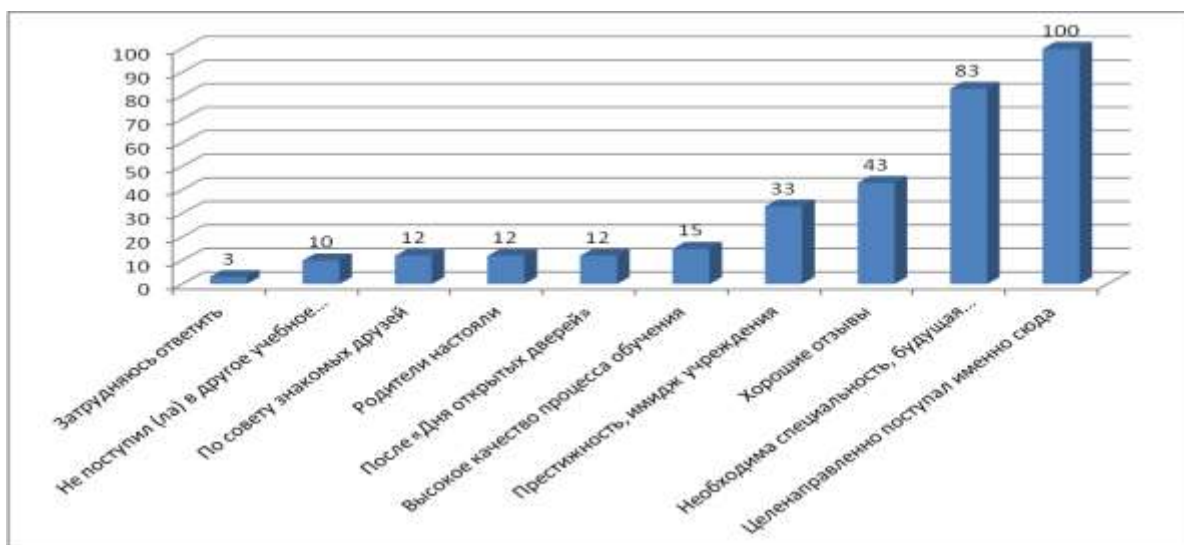


Рисунок 2.23 – Распределение ответов относительно приоритетов в выборе образовательной организации [составлено автором самостоятельно на основе анализа анкет опроса студентов первого курса]

Так, ответы в части поступления именно в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» совпали с необходимостью получения специальности как будущей профессии. Причем на задний план ушел такой показатель, как качество обучения. И подтвердилась неэффективность проведения «Дня открытых дверей». Данное мероприятие не

способствует принятию решения о поступлении в данное учебное заведение.

На рисунке 2.24 обозначены основные приоритеты в выборе специальности, в частности более половины опрошенных утверждают, что важно получить будущую профессию.

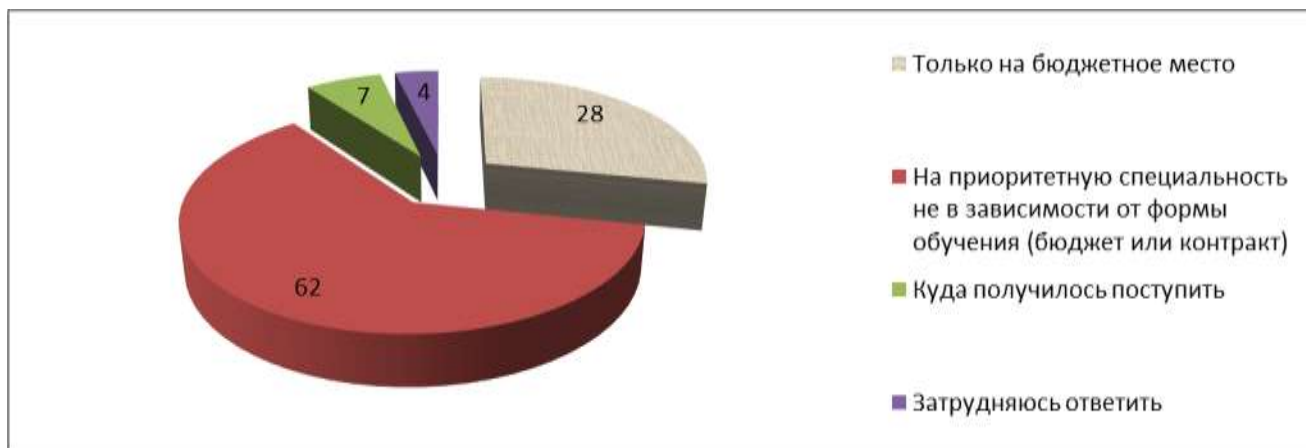


Рисунок 2.24 – Приоритет в выборе специальности при поступлении в % от количества опрошенных респондентов [составлено автором самостоятельно на основе анализа анкет опроса студентов первого курса]

Однако сложная социально-экономическая обстановка в ЛНР и напряженность в обществе, структурные изменения в современном социуме приводят к появлению такого приоритета (28% опрошенных), как поступление только на бюджетное место, причем не важно какая это специальность.

Рисунок 2.25 характеризует факторы влияния на принятие решения о поступлении в образовательную организацию.

В данном случае следует отметить четыре важнейших фактора, влияющих на принятие решения о выборе образовательной организации и специальности, а именно: хорошие отзывы, реализация мечты относительно будущей профессии, удобное расположение и возможность в дальнейшем трудоустроиться.

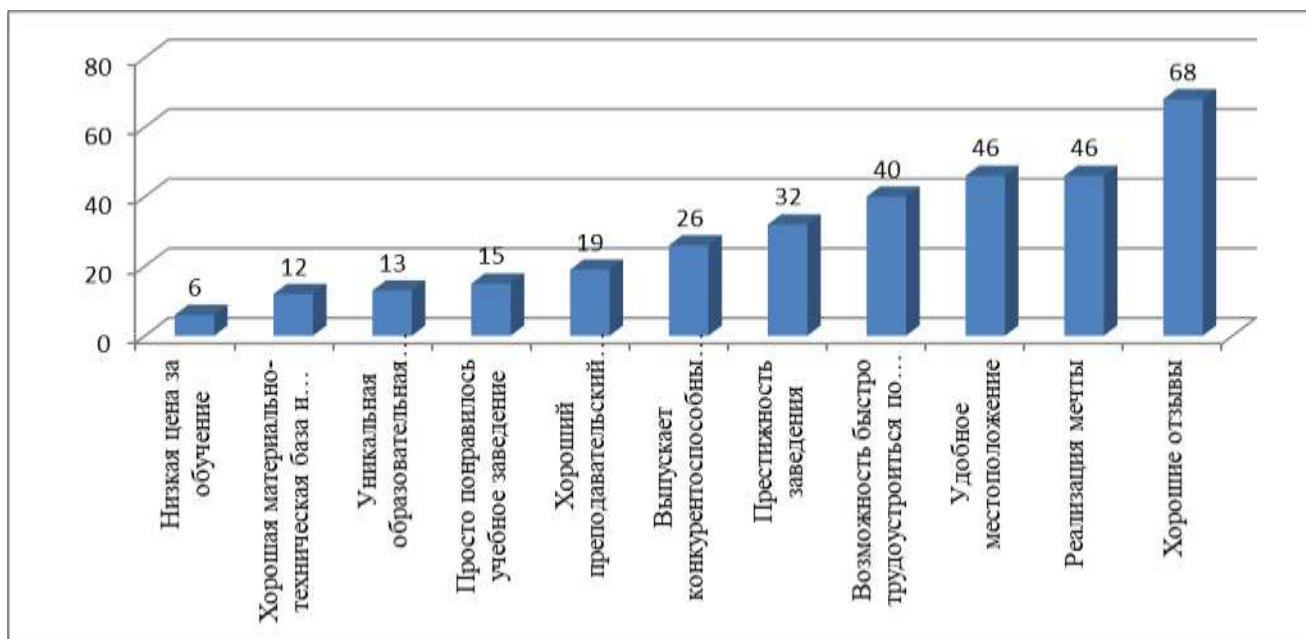


Рисунок 2.25 – Факторы, оказывающие влияние на принятие решения о поступлении в образовательную организацию [составлено автором самостоятельно на основе анализа анкет опроса студентов первого курса]

Рисунок 2.26 характеризует источники информации, на основе которых анализировались образовательные организации в ЛНР для принятия решения о поступлении.

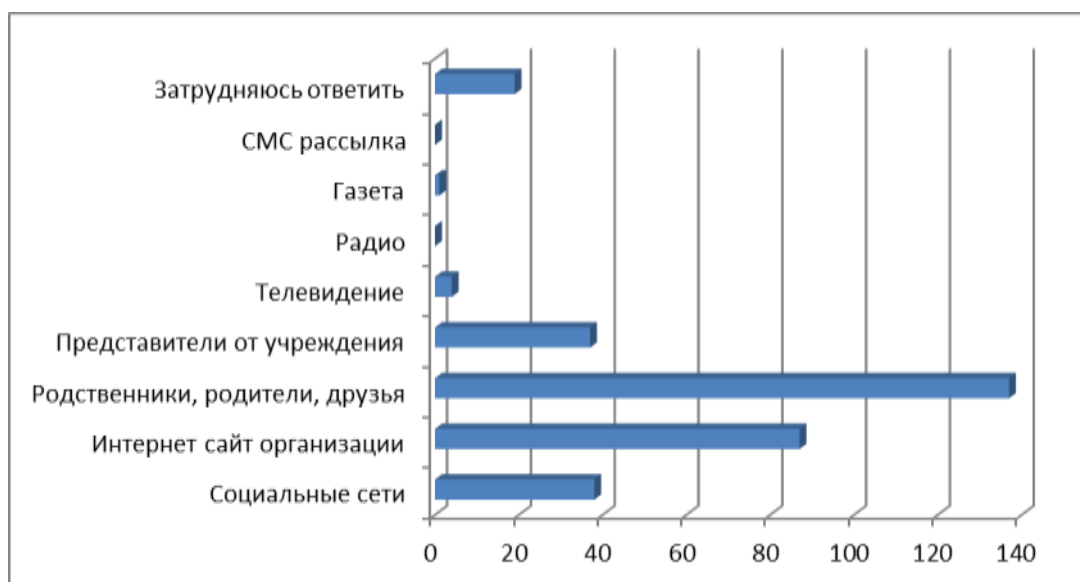


Рисунок 2.26 – Количество источников информации для принятия решения о поступлении в образовательную организацию [составлено автором самостоятельно на основе анализа анкет опроса студентов первого курса]

На данном графике существенно выделяется информация, полученная от родственников, знакомых и родителей. То есть в образовательном пространстве на территории ЛНР значительно преобладают неформальные коммуникации. На втором месте, для проверки информации, обязательно используется интернет-сайт образовательной организации.

Рисунок 2.27 характеризует степень влияния мероприятий, проводимых ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на принятие решения о поступлении.

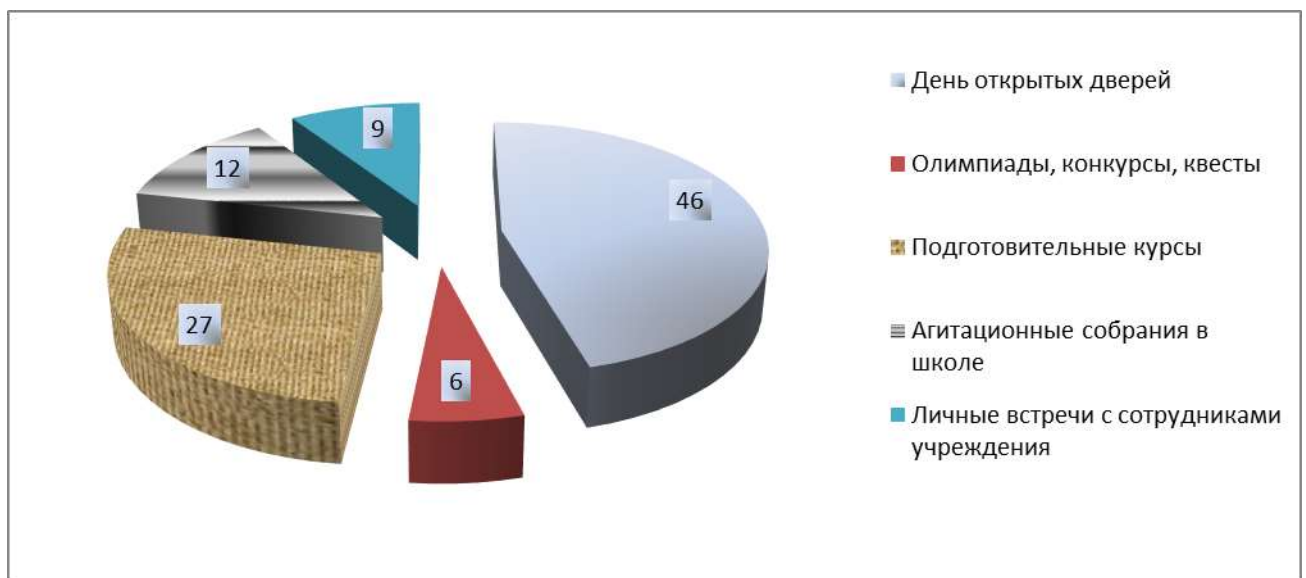


Рисунок 2.27 – Степень влияния мероприятий, проводимых ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на принятие решения о поступлении [составлено автором самостоятельно на основе анализа анкет опроса студентов первого курса]

С тем учетом, что такое мероприятие, как «День открытых дверей» не значительно оказывает влияние на выбор будущей специальности и ОО ВО, но как способ получения дополнительной информации остается на первом месте. На втором месте – подготовительные курсы, позволяющие получить информацию об образовательной организации, дополнительные знания, навыки для сдачи экзаменов и дополнительные баллы для поступления.

Таким образом, главной организационно-экономической характеристикой, повлиявшей на выбор абитуриентами именно ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», является престижность будущей специальности и возможности дальнейшего

В экспертном опросе приняли участие заведующие кафедрами по гуманитарным направлениям подготовки (информационные технологии, экономика, менеджмент, ГМУ, гостиничное дело, педагогическое образование, физическая культура). То есть всего было опрошено 7 экспертов, мнения которых по усредненным показателям позволили сформировать конкурентный профиль ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». Также для определения баллов были использованы аналитические материалы по основным организационно-экономическим показателям, представленным в данном параграфе.

Таким образом, исходя из экспертного анализа конкурентного профиля, можно выделить несколько организационно-экономических параметров, которые можно использовать при формировании потенциала для развития, в частности по таким параметрам, как: международное признание документов об образовании; повышение уровня международного сотрудничества с увеличением показателя количества иностранных студентов; PR программа для продвижения услуг; повышение уровня оупененности ППС; увеличение количества публикаций в Web of Science или Scopus.

Следовательно, привлекательность ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на рынке образовательных услуг по сравнению с основными конкурентами (ДонНУ, ЛГУ им. В.Даля) формируется за счет таких основных организационно экономических показателей, как материально-техническая база, квалифицированный ППС; выгодное географическое месторасположение организации и качество проведения PR-мероприятий.

Первокурсники 2019 года, как и в 2018 году, не стремились попробовать свои силы на территории Украины, и мало ориентировались на образовательные организации в ДНР, что говорит о высокой степени доверия качеству образовательных услуг, предоставляемых образовательными учреждениями ВО ЛНР и низкой степени миграционных настроений.

В 2019 году доверие абитуриентов к ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» остается высоким, и, бесспорно, является одним из ведущих образовательных учреждений, закрепив свои позиции в представлениях абитуриентов и получив статус наиболее

желаемого для поступления. Причиной этому во многом послужило наличие актуальных специальностей, предоставляемых абитуриентам по педагогическим направлениям, информационным технологиям. Данная тенденция помогает во многом формировать организационно-экономический потенциал ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ».

При выборе значимой специальности для сдачи ГИА обучающиеся ориентировались в большей степени на профильные предметы ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». Основной причиной этого выбора в 2019 году стала самореализация. По мнению опрошенных, одной из главных причин выбора наиболее значимой специальности для сдачи ГИА является изначальное желание поступить именно на желаемую специальность и то, что это мечта детства или призвание.

Дает преимущество в конкурентной среде качество и специфика профориентационных мероприятий. Необходимо отметить и безусловную значимость веб-ресурсов, качество подаваемой информации, а также работу подготовительных курсов. Остается существенно дорабатывать потенциал социальных сетей, где все больше расширяется аудитория для поиска информации об образовательных организациях в части советов, рекомендаций и пр.

Также следует отметить, что не являются сильными составляющими в рамках организационно-экономической составляющей проведения PR-мероприятий в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» и требуют внимания такие вопросы, как качество и разнообразие рекламы о данной образовательной организации, технологии ее влияния и каналы распространения; профориентационная работа и возможности воздействия на абитуриентов со стороны преподавателей в рамках подготовительных курсов и возможно имиджевых внеклассных занятий в школах, также важно расширять географию для привлечения иностранных студентов из РФ, Сербии или Сирии после прохождения российской аккредитационной экспертизы, что станет основой для обеспечения собственной конкурентоспособности.

Выводы к главе 2

Проведен анализ организационно-экономических составляющих среди семи образовательных организаций высшего образования в Луганской Народной Республике. Отмечается, что имеется существенный потенциал в виде результатов работы научных школ по количеству полученных патентов на научные разработки и их внедрение на предприятиях реального сектора экономики. А также количество молодых ученых позволяет прогнозировать повышение качества профессорско-преподавательского состава по омоложению штатной численности и количеству полученных научных степеней и званий. Достаточно высокие данные показатели имеются ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» и ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки».

Относительно расчета показателя нагрузки по количеству обучающихся на одну образовательную организацию высшего образования на территории Республики, то он составляет 5865 студентов. Данная нагрузка незначительно превышает среднюю нагрузку в 5500 студентов по Германии и России. А нагрузка количества жителей Республики на одну образовательную организацию составляет 211543 человек, что также соответствует среднему показателю по РФ.

С помощью доведения КЦП до ОО ВО государство регулирует потребности рынка труда по тем специальностям, на которые имеется высокий спрос, а это инженерные, педагогические специальности и здравоохранение. После вступления в силу указа Главы ЛНР о том, что до 2020 года все госслужащие должны получить профильное образование, то интерес к этому направлению подготовки в 2019 году составил 32 человека на одно бюджетное место.

Анализ международной деятельности ОО ВО в Республике свидетельствует о том, что действует всего 104 договора сотрудничества, которые в большей степени ориентированы на сотрудничество с российскими ОО ВО. Однако в связи

с международной непризнанностью сложно выполнять плановые показатели по привлечению иностранных студентов и преподавателей в учебный процесс.

Анализ показателей рынка труда и выпуска специалистов с высшим образованием свидетельствует о том, что на рынок труда представлен 2673 специалистами, которые будут искать работу наряду с таким же количеством безработных. Это говорит о том, что КЦП приема научно не обосновываются и количество обучающихся специалистов не корреспондируются с современным рынком труда.

Анализ организационно-экономических составляющих функционирования ОО ВО в Республике позволил автору сформировать действующий механизм подготовки квалифицированных кадров и развития человеческих ресурсов через систему ОО ВО. Понимая особенности работы такого механизма, Министерству образования и науки Луганской Народной Республики и руководителям образовательных организаций (учреждений) высшего образования рекомендовано последовательно реализовывать ряд мероприятий: разработка проекта Концепции развития высшего образования Республики, разработка алгоритма преодоления несбалансированности образовательной системы с реальными и перспективными потребностями экономики Республики.

Определение уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования на основе стратегического подхода проведено на примере ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет». По результатам анализа жизненного цикла структуры управления данного учреждения было выявлено, что на современном этапе явно проявляется бюрократизация основного процесса передача знаний. Так для профессорско-преподавательского состава предоставляется огромный объем информации и дополнительной работы, которую необходимо выполнять в кратчайшие сроки. Особенно это касается методического обеспечения учебных дисциплин, воспитательной работы и стандартного заполнения различных журналов и пр. Все это сложилось из-за отсутствия стратегического управления в рамках данной организации. Очень продолжительный период проходит проект автоматизации

образовательного процесса и его одновременное усложнение в части подготовки различных документов, необходимых для аккредитационной экспертизы в РФ.

Исходя из результатов стратегического анализа с помощью таких инструментов, как 5 сил Портера, SNW-, PEST-анализ, анализ основных сейкхолдеров, составлена матрица SWOT-анализа по отношению к ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», где описаны составляющие уровня конкурентоспособности данного учреждения на рынке образовательных услуг в Республике. Для того чтобы быть готовыми к продолжению политического конфликта, необходимо прибегать к адаптивным стратегиям, то есть выполнять требования к образовательным программам, как это принято на международном уровне.

Готовность к объединению учреждений высшего образования на примере российской практики будет заключаться в сохранении и усилении образовательных программ по профильным направлениям в сфере педагогики, экономики, информационных технологий, истории, культуры и искусства.

В случае с техническим обеспечением образовательного процесса следует мониторить зарубежный опыт (на основе подхода бенчмаркинга) или разрабатывать собственные образовательные технологии. Создание инновационного фонда за счет поступления от научно-исследовательских работ позволит сформировать дополнительную материальную мотивацию для исполнителей, обновлять оборудование, чтобы предоставлять услуги на достаточно высоком уровне.

Кроме этого, стратегический подход позволил разработать стратегические альтернативы и выбрать определенные виды стратегии для данной образовательной организации. Так, ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» уже частично реализует стратегию проникновения, выходя со старым продуктом на старый рынок с помощью проведения российской аккредитационной экспертизы основных образовательных программ. Цель данной стратегии – адаптировать и продвинуть свои уже существующие товары для новых рынков (завоевание новых сегментов потребителей, открытие филиалов в других регионах). Инструменты реализации данной стратегии: использование новых каналов продвижения

образовательных услуг (на основе вхождения данного учреждения в единый государственный реестр Роспотребнадзора можно обоснованно продвигать свои образовательные услуги для российских граждан). Такое продвижение должно включать в себя контекстную рекламу и индексацию сайта ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» для Ростовской и Белгородской областей.

Второй основной стратегией станет развитие, то есть выход с новым продуктом (новые основные образовательные программы) по специальностям, которые необходимы рынку труда [65] (территория ЛНР и ДНР). Наибольшим спросом будут пользоваться IT-специальности. Именно этот сегмент можно развивать на базе ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» в стратегической перспективе.

Изучена сущность организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования. На основе анализа и обобщения результатов исследования «организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования» в трудах отечественных и зарубежных ученых предложена авторская трактовка данного понятия, как комплементарная совокупность организационных (в том числе маркетинговых), экономических возможностей, реализация которых подкреплена материальными ресурсами, которые есть в наличии у ОО ВО, стратегически ориентированной структурой управления и могут быть мобилизованы для достижения целей маркетинговой деятельности организации.

Также проведена экспертная оценка организационно-экономического потенциала ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на основе маркетингового подхода. Проведена оценка количественного и качественного состояния ППС данного учреждения, в разрезе остепененности характеризуется охватом 18 отраслей наук, наибольший удельный вес в этом количестве занимают именно филологические и педагогические науки. Такая особенность существенно выделяет данную организацию среди гуманитарной сферы подготовки. Анализ количественного контингента поступающих абитуриентов на первый курс свидетельствует о том, что общее число обучающихся с каждым годом уменьшается, за три года данный показатель уменьшился на 26%, а набор по контрактной форме сократился на

46%. В то же время объем КЦП за этот же период вырос на 47%. Такая динамика свидетельствует о проблемах в социально-экономическом развитии, когда снижается уровень качества жизни, высшее образование отходит на второй план, даже если контрактная форма обучения по ценовой политике вдвое ниже, чем в ближайших государствах, где дипломы о высшем образовании имеют международное признание. Соответственно, для удержания контингента на территории Республики государство реализовало социальную функцию в части увеличения объемов КЦП практически в два раза.

Анализ публикационной активности ППС в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» выявил, что в расчете на одного штатного ППС приходится практически по одной написанной статье в РИНЦ и по 0,5 цитирований на человека. Однако если сравнивать с подобной организацией – конкурентом в Донецкой Народной Республике (ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»), то при 870 штатной численности имеется 1,5 цитирований на одного преподавателя, с количеством 2,5 написанных статей на одного преподавателя в РИНЦ. Если соотносить данный показатель с количеством цитирований и статей на одного преподавателя ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», то такие показатели можно рассматривать, как критерий эффективности работы ППС с возможным увеличением данных показателей на уровне эталонного учреждения. То есть необходимо отметить существенный потенциал для роста количественных и качественных показателей в публикационной активности анализируемого учреждения.

Для составления конкурентного профиля образовательных услуг ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» были проведены опросы экспертов и студентов первого курса на основании разработанной анкеты. Выборка студентов по определенным специальностям в количестве 323 чел. по образовательной программе бакалавриата на 2019-2020 учебный год. Такой опрос позволил выявить факторы, влияющие на формирование контингента обучающихся, выявить их стимулы, которые способствуют принятию решения для поступления в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». В результате анализа анкет выявлено, что основным конкурентом ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на территории ЛНР, с позиции оценок самих абитуриентов,

является ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля». Основным приоритетом для поступления в данное ОО ВО – это получение будущей специальности, также вторым приоритетом является поступление именно на бюджетное место, причем не важно какая это специальность. Выявлены четыре важнейших фактора, влияющих на принятие решения о выборе образовательной организации и специальности, а именно: хорошие отзывы, реализация мечты относительно будущей профессии, удобное расположение и возможность в дальнейшем трудоустроиться.

Исходя из экспертного анализа конкурентного профиля, можно выделить несколько организационно-экономических параметров, которые можно использовать при формировании потенциала для развития, в частности по таким параметрам, как: международное признание документов об образовании; повышение уровня международного сотрудничества с увеличением показателя количества иностранных студентов; PR-программа для продвижения услуг; повышение уровня остепененности ППС; увеличение количества публикаций в Web of Science или Scopus.

Таким образом, привлекательность ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на рынке образовательных услуг по сравнению с основными конкурентами (ДонНУ, ЛГУ им. Владимира Даля) формируется за счет таких основных организационно-экономических показателей, как материально-техническая база, квалифицированный ППС; выгодное географическое месторасположение организации и качество проведения PR-мероприятий. Также отмечается важность расширения географии для привлечения иностранных студентов из РФ, Сербии или Сирии после прохождения российской аккредитационной экспертизы, что станет основой для обеспечения собственной конкурентоспособности на международном уровне.

Основные положения второй главы опубликованы в работах [133; 138; 140; 144; 151].

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

3.1. Разработка методики оценки обеспечения уровня конкурентоспособности образовательной организации

По результатам анализа организационно-экономических составляющих (аспектов) образовательных организаций высшего образования в параграфе 2.1 данного исследования сделан вывод относительно того, что на территории ЛНР, в сфере предоставления образовательных услуг с каждым годом растет конкурентная борьба. Это, прежде всего, связано с такими существующими факторами, как неблагоприятная демографическая ситуация, связанная с военно-политическим конфликтом, что обуславливает уменьшение емкости рынка образовательных услуг, вхождение в российское образовательное пространство благодаря прохождения процедур аккредитации основных образовательных программ. При осуществлении основной деятельности образовательными организациями высшего образования и попытке достичь максимальных конкурентных преимуществ необходимо уделять внимание такому важному направлению в процессах управления, как обеспечение конкурентоспособности данных организаций на государственном уровне.

Кроме статистической информации о перечне образовательных организаций в ЛНР и ассортимента образовательных услуг, которые представляются на сайте профильного министерства ЛНР все более актуальной становится необходимость оказания помощи будущим студентам в выборе образовательной организации высшего образования. Для оценки академического качества и репутации в

международной практике приняты различные рейтинги для ранжирования и сравнения образовательных учреждений по различным признакам. Данный опыт рассмотрен в параграфе 1.3. С одной стороны международные рейтинги способствует повышению заинтересованности потребителей в получении образовательных услуг, а с другой стороны, международная не признанность не позволяет использовать и адаптировать существующие методики оценки обеспечения уровня конкурентоспособности для условий ЛНР. Однако, существующие методики необходимо адаптировать к современным условиям становления системы образования в ЛНР с целью выявления узких мест в данной системе и определения приоритетов решения проблем в рамках данной системы на долгосрочную перспективу.

В теоретической части данного исследования отмечается, что образовательные организации высшего образования функционируют в рамках двух рынков – образовательных услуг и труда. Кроме этого, каждое учреждение относится к определенной отраслевой группе или, так называемой, специализации в рамках подготовки специалистов в большей степени. Отраслевые группы в современных условиях формируются в рамках:

- классических;
- технических и технологических;
- строительства и транспорта;
- педагогических, гуманитарных, физического воспитания и спорта, культуры, искусства, живописи; здравоохранения; аграрных;
- права, экономики, управления, предпринимательства и торговли.

Такая отраслевая группа как частные организации высшего образования в ЛНР отсутствуют, все ОО ВО находятся в государственной собственности.

Как отмечалось в параграфе 1.2. одними из основных организационно-экономических аспектов обеспечения конкурентоспособности образовательной организации высшего образования является десять элементов внутренней среды, а также востребованность его выпускников рынком труда.

Поэтому важным для практики ЛНР является разработка методического

подхода к оценке обеспечения уровня конкурентоспособности образовательной организации высшего образования в условиях международной непризнанности, действия политического фактора и проявления кризисных явлений в экономике мирового масштаба. Результаты оценки данных составляющих должны служить основанием для дальнейшего совершенствования процессов управления образовательными организациями с позиции профильного министерства да и с позиции самих организаций для оперативной корректировки приоритетных направлений функционирования и выработки конкурентных преимуществ в стратегической перспективе. Основой для разработки методического подхода к оценке обеспечения уровня конкурентоспособности образовательной организации высшего образования (ОО ВО) становится концептуальная схема функционирования таких организаций в рыночной среде (рисунок 3.1).

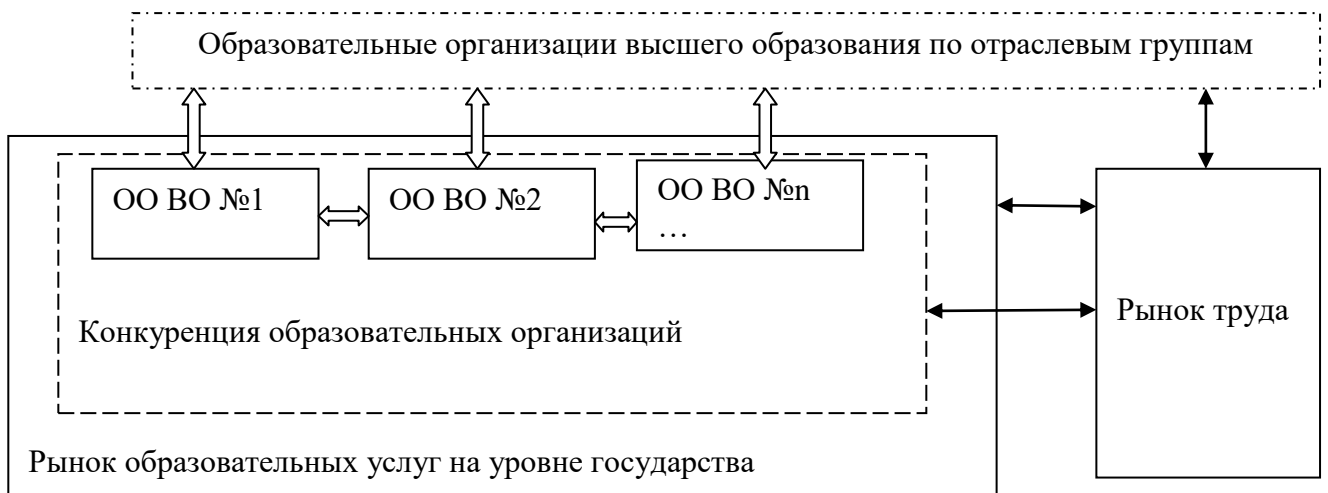


Рисунок 3.1 – Концептуальная схема функционирования образовательной организации высшего образования в условиях ЛНР [составлено автором самостоятельно]

Учитывая, что в ЛНР четкого разграничения по отраслевым группам в рамках гуманитарной подготовки в ОО ВО не значительно отличаются, поэтому целесообразно предложить следующий алгоритм, который наглядно демонстрирует последовательность шагов в процессе обеспечения уровня конкурентоспособности ОО ВО на рынке образовательных услуг и труда с позиции профильного министерства. Такой алгоритм приведен на рисунке 3.2.

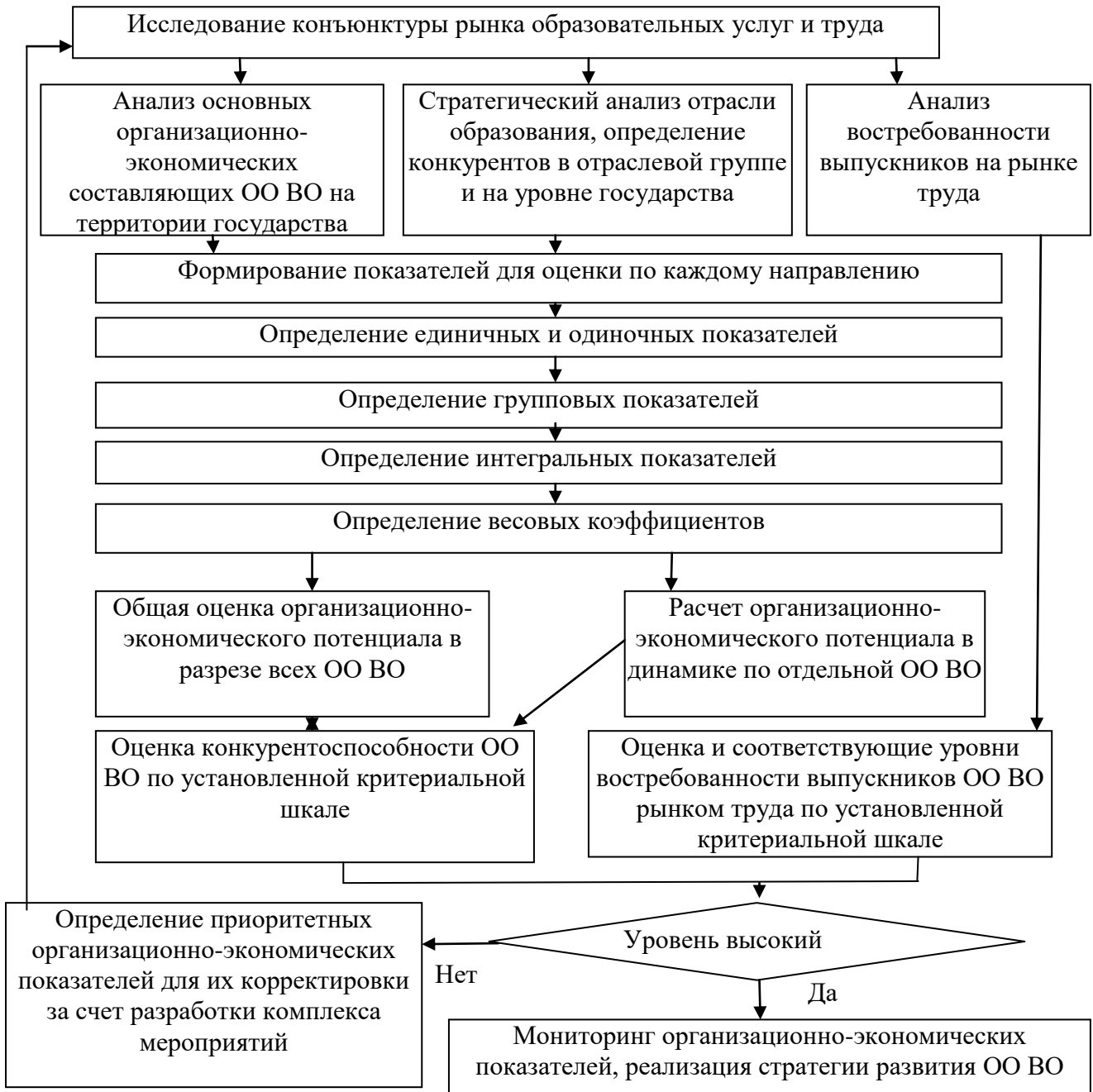


Рисунок 3.2 – Алгоритм обеспечения уровня конкурентоспособности ОО ВО [составлено автором самостоятельно]

В результате основываясь на концептуальной схеме (рисунок 3.1) и алгоритме (рисунок 3.2) разработана иерархическая структура обобщенных, интегрированных, групповых и единичных показателей деятельности ОО ВО, которая сформирована с учетом точки зрения удовлетворения потребителей образовательных услуг (рисунок 3.3), что, по сути, раскрывает методический подход к оценке конкурентоспособности ОО ВО.

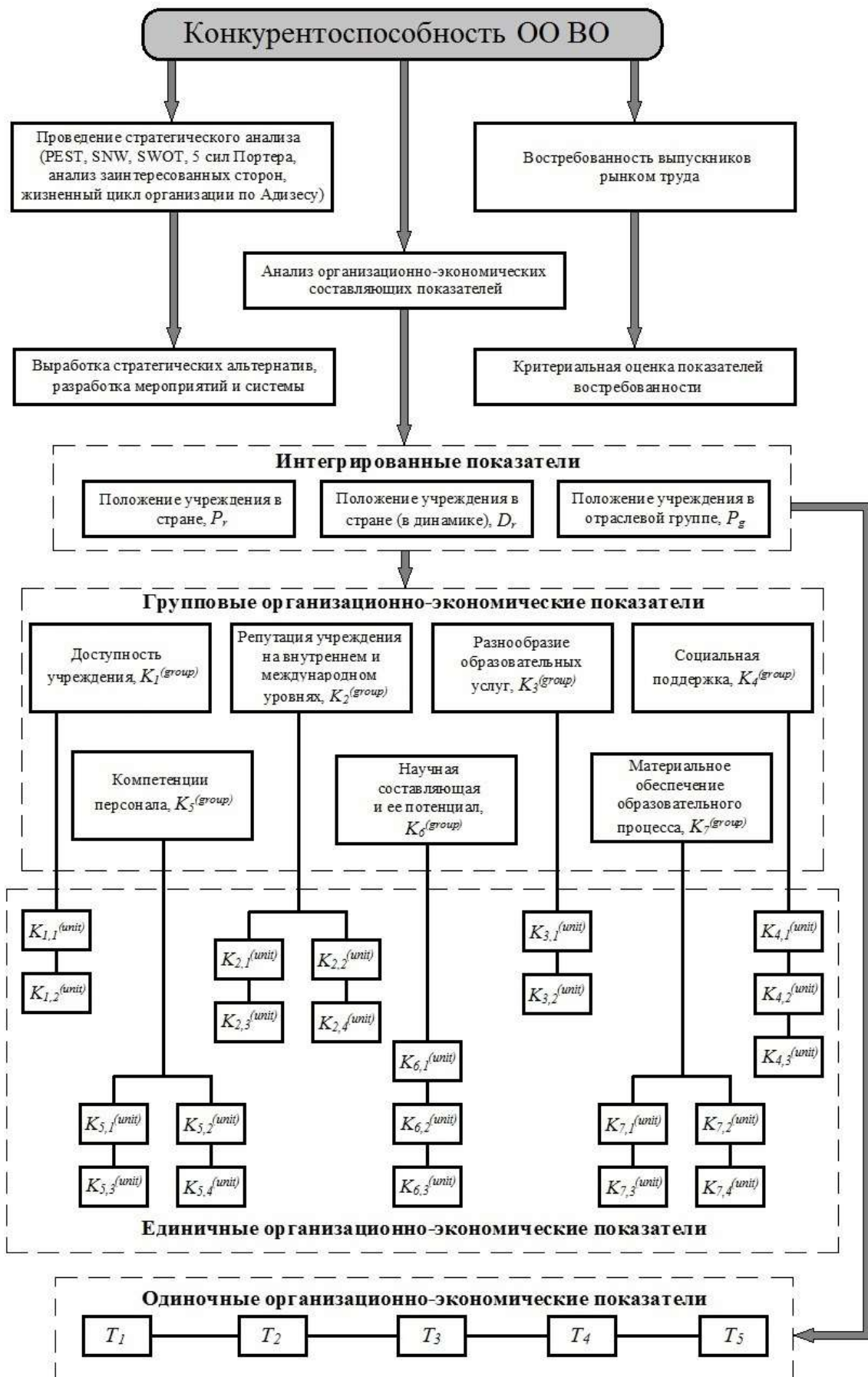


Рисунок 3.3 – Иерархическая система показателей конкурентоспособности ОО ВО для условий ЛНР [составлено автором самостоятельно]

В основу определения групповых показателей положены организационно-экономические аспекты, которые были рассмотрены в параграфах 1.2 и 1.3. Наиболее ответственными этапами предложенного алгоритма является установление единичных, одиночных, групповых, интегрированных и обобщенных показателей.

Для определения оценки организационно-экономических составляющих ОО ВО на государственном уровне сформирована компактная система интегрированных положений учреждения в стране (P_r), в динамике (D_r), отраслевой группе (P_g), групповых ($K_i^{(group)}$), единичных ($K_{i,j}^{(unit)}$) и одиночных (T_k) показателей (рисунок 3.3, Приложение Н). Учитывая концепции и методологии создания иностранных и отечественных оценочных систем развития ОО ВО, их непрерывную модификацию с точки зрения формирования маркетинговых стратегий, имиджа и привлекательности учреждения для абитуриентов и работодателей, а также позиционирование ОО ВО на рынках образовательных услуг и труда необходимо детализировать именно групповые показатели. Данные показатели наиболее основательно влияют именно на конечный результат деятельности ОО ВО, поэтому в данной работе к ним предложено отнести семь групп с соответствующими им единичными показателями.

Для определения уровня значимости обоснованных показателей было привлечено двенадцать экспертов с опытом работы в сфере высшего образования не менее пяти лет, а именно пять представителей Министерства образования и науки ЛНР, пять представителей руководящего и административного состава ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», а также два специалиста Луганского городского центра занятости.

Так как каждый из рассматриваемых показателей может повлиять на конкурентоспособность ОО ВО в различной степени, то с целью выявления значимости каждого составляющего, экспертам было предложено произвести их оценку, т.е. последовательно каждому из показателей каждым из экспертов присваивается определенный балл по шкале оценивания. Соответственно, чем выше балл, тем более велика степень влияния данного показателя на

конкурентоспособность ОО ВО.

Предложенная система оценки интегрированных, групповых и единичных показателей и соответствующих им весовых коэффициентов для расчета организационно-экономического потенциала ОО ВО приведены в табл. Н.1, приложения Н.

В таблице 3.1 представлена экспертная оценка значимости весовых коэффициентов интегрированных, групповых и единичных показателей.

Таблица 3.1 – Экспертная оценка значимости весовых коэффициентов интегрированных, групповых и единичных показателей [составлено автором на основе экспертных оценок]

Показатели		Наименование показателей	Весовые коэффициенты	
1		2	3	
Интегрированные	P_r	Положение учреждения в стране	α_1	0,67
	D_r	Положение учреждения в стране (в динамике)		
	P_g	Положение учреждения в отраслевой группе	α_2	0,33
Групповые	$K_1^{(group)}$	Доступность учреждения	β_i	0,13
	$K_2^{(group)}$	Репутация ОО ВО на внутреннем и международном уровнях		0,20
	$K_3^{(group)}$	Разнообразие образовательных услуг		0,12
	$K_4^{(group)}$	Социальная поддержка		0,07
	$K_5^{(group)}$	Компетенции персонала		0,24
	$K_6^{(group)}$	Научная составляющая и её потенциал		0,07
	$K_7^{(group)}$	Материальное обеспечение образовательного процесса		0,17
Единичные	$K_{1,1}^{(unit)}$	Доля поданных заявлений на бакалавриат от общего количества абитуриентов (дневная форма) учреждения	$\lambda_{1,j}$	0,64
	$K_{1,2}^{(unit)}$	Доля поданных заявлений на бакалавриат от общего количества абитуриентов (заочная форма) учреждения		0,36
	$K_{2,1}^{(unit)}$	Доля иностранных студентов от общего количества студентов ОО ВО	$\lambda_{2,j}$	0,13
	$K_{2,2}^{(unit)}$	Доля студентов-победителей международных олимпиад и конкурсов от общего количества студентов ОО ВО		0,39
	$K_{2,3}^{(unit)}$	Доля цитирований статей штатных преподавателей в РИНЦ в общем количестве ППС ОО ВО		0,16
	$K_{2,4}^{(unit)}$	Доля внедренных разработок (результатов научных исследований) на внешнем рынке от общего количества внедренных разработок ОО ВО		0,32

Продолжение таблицы 3.1

1	2	3		
Единичные	$K_{3,1}^{(unit)}$	Доля аккредитованных направлений подготовки (магистратура и специалитет) от общего количества аккредитованных направлений подготовки ОО ВО	$\lambda_{3,j}$	0,64
	$K_{3,2}^{(unit)}$	Доля аккредитованных направлений подготовки (бакалавриат) от общего количества аккредитованных направлений подготовки ОО ВО		0,36
	$K_{4,1}^{(unit)}$	Доля бюджетных мест в общем объеме принятых студентов учреждения	$\lambda_{4,j}$	0,50
	$K_{4,2}^{(unit)}$	Доля студентов, которые проживают в общежитиях учреждения от общего количества студентов учреждения		0,31
	$K_{4,3}^{(unit)}$	Доля общей полезной площади спортивных сооружений на одного студента дневной формы обучения от общей полезной площади всех спортивных сооружений ОО ВО		0,19
	$K_{5,1}^{(unit)}$	Доля докторов наук в общем количестве ППС учреждения	$\lambda_{5,j}$	0,41
	$K_{5,2}^{(unit)}$	Доля кандидатов наук в общем количестве ППС учреждения		0,24
	$K_{5,3}^{(unit)}$	Доля защит докторских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО		0,21
	$K_{5,4}^{(unit)}$	Доля защит кандидатских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО		0,14
	$K_{6,1}^{(unit)}$	Доля полученных патентов от общего количества полученных патентов ОО ВО	$\lambda_{6,j}$	0,19
	$K_{6,2}^{(unit)}$	Доля молодых ученых (аспирантов и докторантов) от общего количества молодых ученых ОО ВО		0,38
	$K_{6,3}^{(unit)}$	Доля привлеченных студентов к участию в научных разработках от общего количества студентов, участвующих в научных разработках ОО ВО		0,43
	$K_{7,1}^{(unit)}$	Доля обеспеченности специализированными периодическими изданиями от общей обеспеченности изданий ОО ВО	$\lambda_{7,j}$	0,18
	$K_{7,2}^{(unit)}$	Доля инновационных разработок, внедренных в образовательный процесс, от общих инновационных разработок ОО ВО		0,41
	$K_{7,3}^{(unit)}$	Доля книгообеспеченности учебного процесса в расчете на 100 студентов от общей книгообеспеченности ОО ВО		0,13
	$K_{7,4}^{(unit)}$	Доля одновременного индивидуального доступа ППС и обучающихся в сеть интернет от общего количества ППС и студентов учреждения		0,28

Обработка полученных данных предполагает контроль компетентности выбранного круга экспертов и проверку гипотезы H_0 , заключающейся в том, что все возможные варианты ранжирований равновероятны, т.е. результаты экспертного оценивания не отражают никакого объективного упорядочивания, а,

следовательно, не могут быть использованы для оценки организационно-экономического потенциала ОО ВО.

Обозначим $i_j^{(k)}$ – порядковый номер, который присвоен k -м экспертом j -у показателю в процессе упорядочивания всех показателей по степени убывания их значимости для организационно-экономического потенциала ОО ВО. При этом экспертная оценка проводилась отдельно для интегрированных, групповых и единичных показателей, входящих в соответствующую группу. Упорядочивание показателей каждым из экспертов выполнялось независимо от всех остальных.

Выставленные экспертами баллы (матрица рангов) приведены в табл. Н.1, приложения Н. Для матрицы рангов вводятся понятия среднего ранга (a) и вариации (S) относительно этого среднего:

$$a = \frac{m \cdot (n+1)}{2}, \quad (3.1)$$

$$S = \sum_{j=1}^n \left(\sum_{k=1}^m i_j^{(k)} - a \right)^2, \quad (3.2)$$

где m – количество экспертов, n – количество ранжируемых объектов .

Очевидно, что при полной согласованности ранжировок $S \rightarrow \max$, а при полной несогласованности $S \rightarrow \min$.

Коэффициент конкордации определяется как отношение «реального» к «идеальному». Под «реальным» понимается значение вариации в матрице рангов, а под «идеальным» – максимальное значение вариации (полная согласованность ранжировок), равная

$$S_{\max} = \frac{m^2 \cdot (n^3 - n)}{12}. \quad (3.3)$$

Следовательно, коэффициент конкордации (согласованности) Кендалла имеет вид

$$W = \frac{12 \cdot S}{m^2 \cdot (n^3 - n)}. \quad (3.4)$$

Для каждого из оценочных показателей организационно-экономического

потенциала ОО ВО коэффициент конкордации Кендалла будет различным, так как их приоритетность разная.

Выполним проверку гипотезы H_0 на примере групповых показателей организационно-экономического потенциала ОО ВО, реализованной по 7-балльной шкале оценивания.

В нашем случае, согласно формулам (3.1) – (3.4) при $n=7$ $m=12$ получим $a=48$, $S=2942$, $W=0,73$, что говорит о удовлетворительной степени согласованности мнений всех экспертов.

Проверим гипотезу о согласованности мнений экспертов на уровне значимости $\alpha = 0,05$. Для этого найдем табличное значение

$$\chi^2_{0,05}(n-1) = \chi^2_{0,05}(7-1) = \chi^2_{0,05}(6) = 12,6.$$

$$\text{Определим } \chi^2 = m(n-1)W = 52,54.$$

Так как $\chi^2 = 52,54 > 12,6 = \chi^2_{0,05}(6)$, с надежностью $\gamma = 1 - \alpha = 0,95$ можно утверждать, что мнения экспертов согласованы, и полученные результаты можно использовать при дальнейших расчетах.

Удовлетворительные значения коэффициента конкордации Кендалла, выдерживающих статистическую проверку по всем оценочным показателям организационно-экономического потенциала ОО ВО позволяет продолжить формализованную оценку организационно-экономического потенциала конкурентоспособности образовательных организаций.

Из табл. 3.1. следует, что на основании опроса экспертов, с учетом значимости ориентированности абитуриента на определенную отраслевую группу, а также общего имиджа университета в рамках государства, весовые коэффициенты составили: для государства – $\alpha_1 = 0,67$, для отраслевой группы – $\alpha_2 = 0,33$. Это объясняется тем, что, как показывает практика и опросы абитуриентов и их родителей, большинство абитуриентов (с учетом многих обстоятельств) желает выбрать для обучения преимущественно то учреждение, которое находится как можно ближе к месту своего проживания.

Для оценки отраслевой группы (P_g) предлагается, в условиях ЛНР,

приравнять к такому показателю как количество аккредитованных образовательных программ ОО ВО ЛНР в Российской Федерации.

Учитывая описанную систему влияющих факторов, целесообразно общую оценку организационно-экономического потенциала ($K_{OЭП}$) образовательной организации представить в виде

$$K_{OЭП} = \alpha_1 P_r + \alpha_2 P_g, \quad (3.5)$$

где α_1, α_2 – весовые коэффициенты, $\alpha_1 + \alpha_2 = 1$.

В свою очередь, положение учреждения в стране (P_r) определяется как

$$P_r = \sum_{i=1}^m \beta_i \cdot K_i^{(group)}, \quad (3.6)$$

где β_i – весовые коэффициенты ($i = \overline{1, m}$), $\sum_{i=1}^m \beta_i = 1$, m – количество групповых показателей

Согласно иерархической системе показателей обеспечения конкурентоспособности ОО ВО для условий ЛНР (рисунок 3.3), учитывая, что каждой i -й группе соответствуют j -е весовые коэффициенты ($\lambda_{i,j}$), групповые показатели рассчитываются как

$$K_i^{(group)} = \sum_{j=1}^{j(m)} \lambda_{i,j} \cdot K_{i,j}^{(unit)}, \quad (3.7)$$

где $\lambda_{i,j}$ – весовые коэффициенты, $\sum_{i=1}^{j(m)} \lambda_{i,j} = 1$, $j(m) = \begin{cases} 2, & m = 1, 3; \\ 3, & m = 4, 6; \\ 4, & m = 2, 5, 7. \end{cases}$

Также, не менее важно, на следующем этапе исследований организационно-экономического потенциала проводить оперативную корректировку ряда показателей деятельности ОО ВО. Для этого определяется обобщенный организационно-экономический потенциал ($K_{OЭП2}$), то есть расчет с учетом только трех групповых показателей, которые в значительной мере характеризуют именно динамику развития высших учебных заведений за определенный период. В качестве временного периода целесообразно рассматривать величины

показателей за предыдущий год. К ним предложено отнести пять одиночных динамических показателей: количество выпускников учреждения, компетенция персонала, победители олимпиад и конкурсов, а также научные разработки. Улучшение компетенции научно-педагогического потенциала предложено определять, прежде всего, количеством защищенных докторских и кандидатских диссертаций за анализируемый год. Количество студентов-победителей олимпиад и конкурсов может служить оценкой качества обучения. Масштаб ОО ВО определяется, прежде всего, количеством выпускников и определенным образом связан с соответствующим ресурсным обеспечением.

Показатели и соответствующие им весовые коэффициенты для расчета обобщенного организационно-экономического потенциала ($K_{оэп2}$) приведены в табл. Н.2, приложения Н. В таблице 3.2 представлена экспертная оценка значимости весовых коэффициентов одиночных показателей для анализа динамики организационно-экономических параметров. Различные весовые коэффициенты, полученные для одиночных показателей, при определении их уровня значимости, обоснованы новым экспертным оцениванием обобщенного организационно-экономического потенциала учреждения в динамике.

Таблица 3.2 – Экспертная оценка значимости весовых коэффициентов одиночных показателей [составлено автором на основе экспертных оценок]

Показатели		Наименование показателей	Весовые коэффициенты	
Одиночные	T_1	Доля выпускников учреждения в общем количестве выпускников ОО ВО	φ_k	0,12
	T_2	Доля защит докторских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО		0,28
	T_3	Доля защит кандидатских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО		0,25
	T_4	Доля студентов победителей международных олимпиад и конкурсов от общего количества студентов ОО ВО		0,21
	T_5	Доля внедренных разработок (результатов научных исследований) на внешнем рынке от общего количества внедренных разработок ОО ВО		0,14

В результате общая оценка организационно-экономического потенциала в динамике ($K_{оэп2}$) учреждения вычисляется согласно формуле (3.5) и может быть

представлена в виде

$$K_{OЭП2} = \alpha_1 D_r + \alpha_2 P_g = \alpha_1 \sum_{k=1}^n \varphi_k T_k + \alpha_2 P_g, \quad (3.8)$$

где $\alpha_1, \alpha_2, \varphi_k$ – весовые коэффициенты ($k = \overline{1, n}$), $\alpha_1 + \alpha_2 = 1$, $\sum_{k=1}^n \varphi_k = 1$, T_k – количественные одиночные динамические показатели, n – количество динамических показателей

Критериальная шкала оценки уровня организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования $K_{OЭП}$ и $K_{OЭП2}$ может быть представлена в виде таблицы 3.3.

Таблица 3.3 – Критериальная шкала оценки уровня организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования $K_{OЭП}$ и $K_{OЭП2}$ [составлено автором самостоятельно]

Шкала оценки, баллы	Уровень организационно-экономического потенциала
Менее 10	Низкий
10 - 20	Средний
21 - 30	Высокий

Востребованность выпускников ОО ВО рынком труда целесообразно характеризовать долей специалистов и магистров дневной формы обучения, трудоустроенных, относительно количества выпускников учреждения.

Оценка и соответствующие уровни востребованности выпускников рынком труда количественно и качественно определяются согласно таблица 3.4.

Таблица 3.4 – Оценка и соответствующие уровни востребованности выпускников ОО ВО рынком труда [составлено автором самостоятельно]

Шкала оценки, баллы	Доля трудоустроенных по специальности после окончания учреждения
Менее 80	Низкий
81-95	Средний
95-100	Высокий

На основании определенных соотношений оценки уровня организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования

($K_{OЭП1}$, $K_{OЭП2}$) и уровня востребованности выпускников рынком труда соответственно можно говорить об обеспечении уровня конкурентоспособности учреждения на рынке образовательных услуг и труда, а именно: низкий, средний и высокий.

Предложенный методический подход к оценке организационно-экономического потенциала рассмотрим на примере ОО ВО, кроме учреждений подведомственных Министерству здравоохранения ЛНР и Министерству внутренних дел, так как данные учреждения следует анализировать с подобными учреждениями по отраслевому признаку с ДНР и ближайших регионов Российской Федерации. При этом, применяя предложенный методический подход, в Приложении П представлены входные данные по единичным показателям ($K_{i,j}^{(unit)}$), входящих в групповые показатели ($K_j^{(group)}$) (таблица П.1), которые в последующем позволяют получить оценку организационно-экономического потенциала ОО ВО.

В таблице 3.5, согласно математической модели (3.5-3.7), представлены расчёты групповых показателей организационно-экономического потенциала образовательной организации ($K_j^{(group)}$, $j = \overline{1,7}$). Здесь и далее с целью более удобной формализации данных все показатели умножаются на 10^2 .

Таблица 3.5 – Групповые показатели организационно-экономического потенциала образовательной организации [составлено автором самостоятельно]

Групповые показатели		ЛГПУ	ЛГУ им. В.Даля	ДонГТИ	ЛГАУ	ЛГАКИ им. М.Магусовского
1	2	3	4	5	6	7
$K_1^{(group)}$	Доступность учреждения	3,25	3,84	1,18	4,18	0,39
$K_2^{(group)}$	Репутация ОО ВО на внутреннем и международном уровнях	4,57	7,00	3,03	5,23	0,16
$K_3^{(group)}$	Разнообразие образовательных услуг	2,89	4,74	2,23	1,66	0,40
$K_4^{(group)}$	Социальная поддержка	1,78	2,71	2,20	2,83	3,11

Продолжение таблицы 3.5

1	2	3	4	5	6	7
$K_5^{(group)}$	Компетенции персонала	6,88	5,58	5,42	3,64	4,59
$K_6^{(group)}$	Научная составляющая и ее потенциал	2,93	2,73	0,38	0,74	0,19
$K_7^{(group)}$	Материальное обеспечение образовательного процесса	3,46	4,24	6,88	3,18	1,74

Для наглядности выполненных расчётов построим диаграммы групповых показателей организационно-экономического потенциала ОО ВО. Сгруппировать указанные показатели целесообразно относительно их значимости при вычислении общей оценки организационно-экономического потенциала образовательной организации, приведенной в таблице 3.1.

На рисунке 3.4 представлена графическая интерпретация двух групповых показателей, имеющих наиболее значимый вес при вычислении потенциала $K_{OЭП}$: компетенции персонала и репутации ОО ВО на внутреннем и международном уровнях.

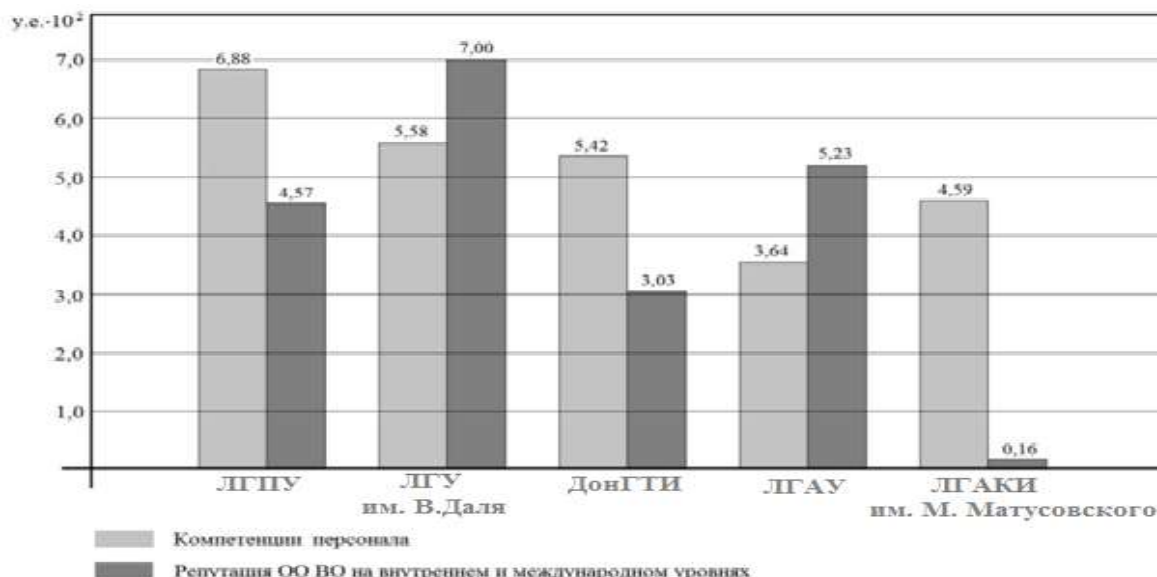


Рисунок 3.4 – Групповые показатели компетенции персонала и репутации ОО ВО на внутреннем и международном уровнях [составлено автором самостоятельно]

На рисунке 3.5 приведена столбиковая диаграмма следующих по значимости двух групповых показателей: материального обеспечения образовательного процесса и доступности образовательной организации.

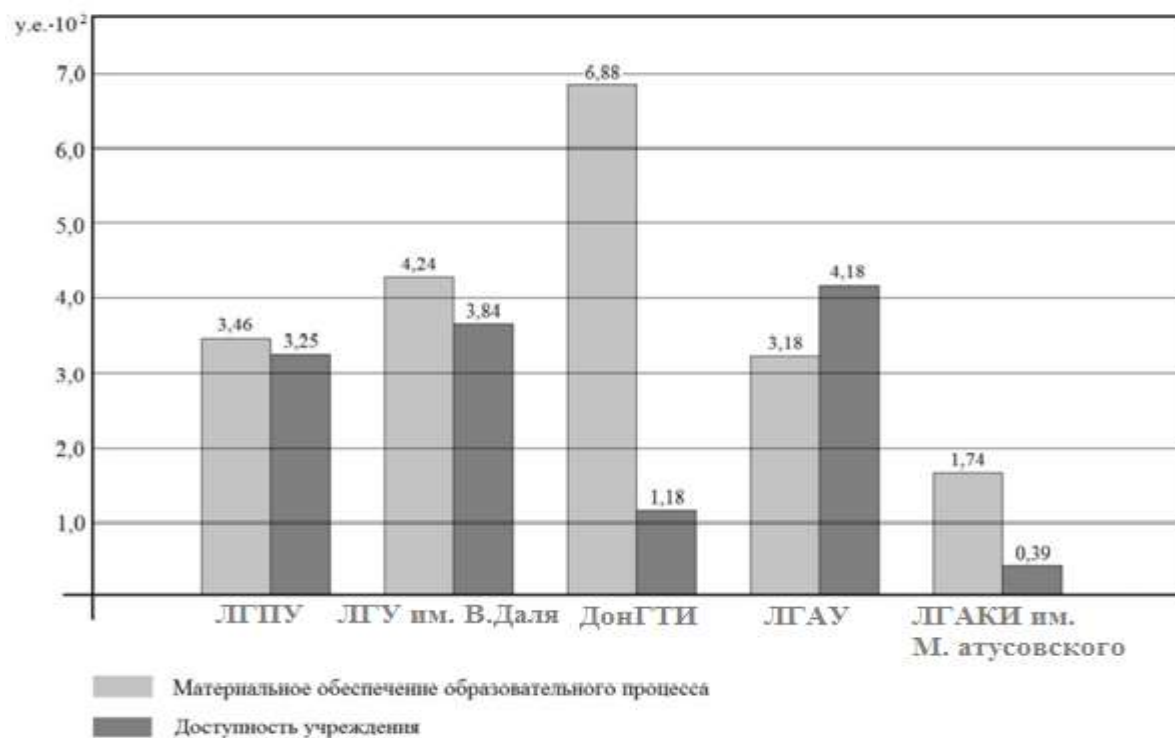


Рисунок 3.5 – Групповые показатели материального обеспечения образовательного процесса и доступности образовательной организации [составлено автором самостоятельно]

Из приведенных диаграмм (рис. 3.4, 3.5) следует, что наиболее высокие баллы по компетенции персонала у ЛГПУ, затем примерно на одинаковом уровне ЛГУ им. В. Даля и ДонГТИ, следом идут ЛГАУ и ЛГАКИ им. М. Матусовского.

По показателю репутации ОО ВО на внутреннем и международном уровнях первое место с большим отрывом занимает ЛГУ им. В. Даля и последнее место, также с большой разницей в набранных баллах занимает ЛГАКИ им. М. Матусовского.

Наиболее высокое материальное обеспечение образовательного процесса у ДонГТИ, а, соответственно, наиболее низким материальным обеспечением характеризуется ЛГАКИ им. М. Матусовского.

Показатель доступности учреждения примерно одинаковый у трёх

организаций: ЛГПУ, ЛГУ им. В.Даля, ЛГАУ, и на более низком уровне находятся ДонГТИ и ЛГАКИ им. М. Матусовского.

На рисунке 3.6 отображена круговая диаграмма группового показателя разнообразия образовательных услуг ОО ВО.

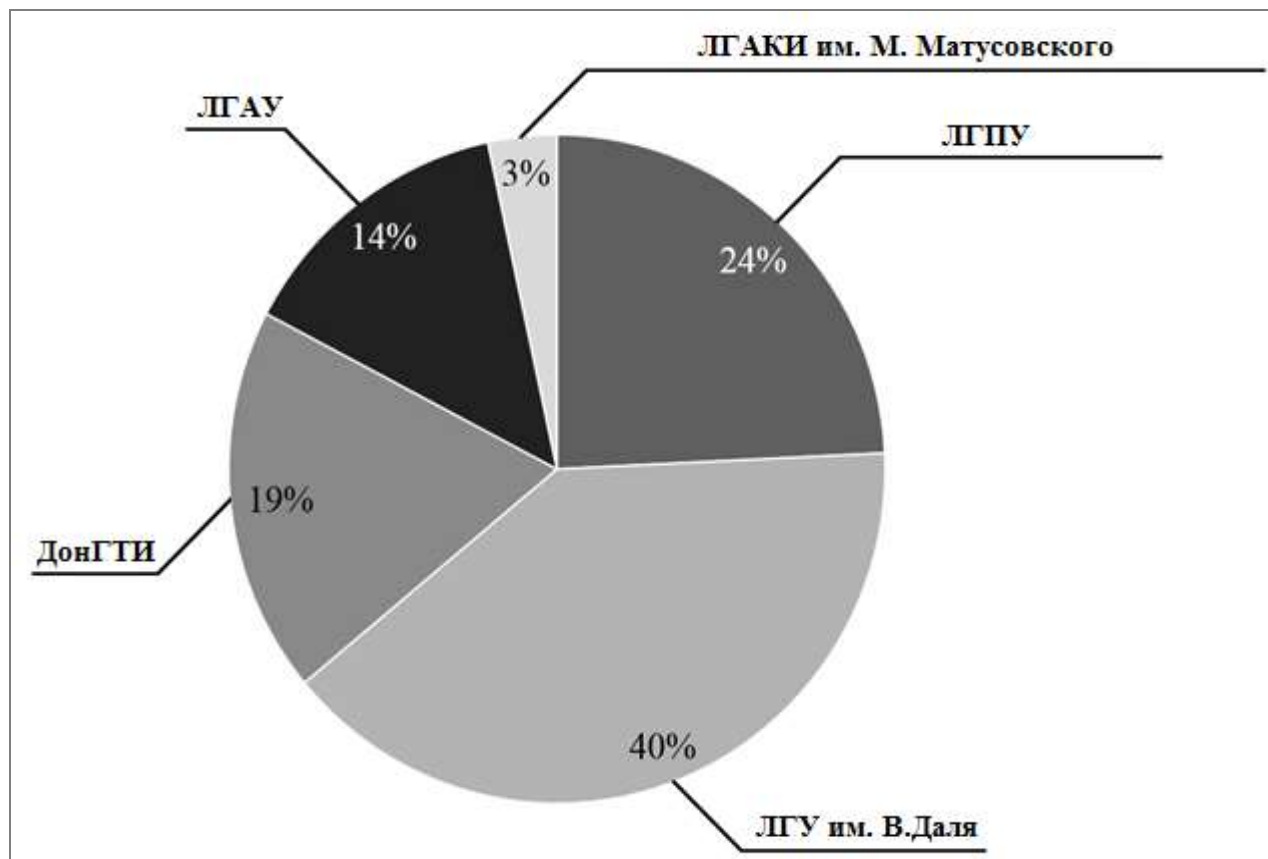


Рисунок 3.6 – Групповой показатель разнообразия образовательных услуг [составлено автором самостоятельно]

Наиболее высокий показатель в доле аккредитованных направлений подготовки (бакалавриат, специалитет и магистратура) принадлежит ЛГУ им. В.Даля, а наиболее низкий – ЛГАУ и ЛГАКИ им. М. Матусовского.

Показатели научной составляющей и социальной поддержки организационно-экономического потенциала образовательной организации представлены на рисунке 3.7.

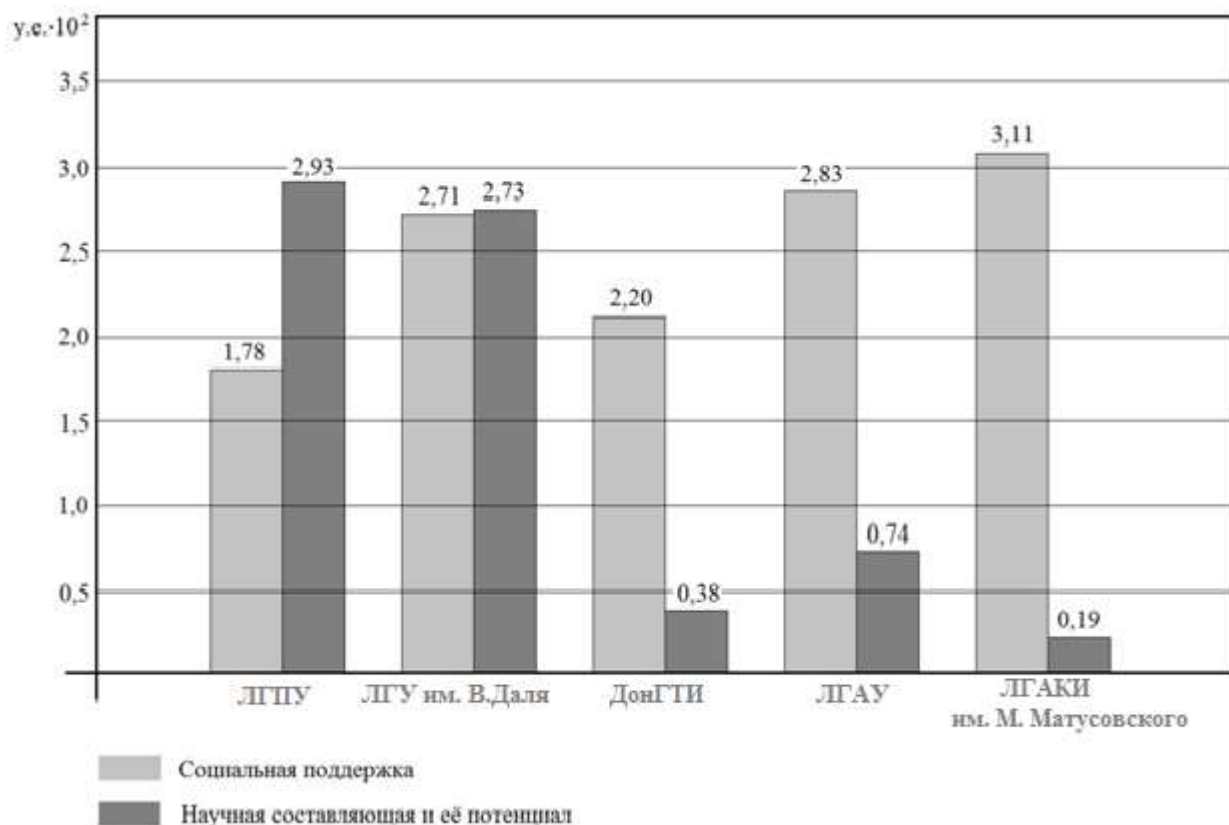


Рисунок 3.7 – Групповые показатели социальной поддержки и научной составляющей [составлено автором самостоятельно]

Высокие баллы по групповому показателю социальной поддержки, включающие бюджетные места, общую полезную площадь спортивных сооружений и количество мест в общежитиях учреждения, принадлежат ЛГАКИ им. М. Матусовского и ЛГАУ. За ними следуют ЛГУ им. В.Даля, ДонГТИ и ЛГПУ.

По научной составляющей наиболее высокие показатели принадлежат ЛГПУ и ЛГУ им. В.Даля, а далее, с большим отрывом следуют ЛГАУ, ДонГТИ и ЛГАКИ им. М. Матусовского.

На следующем этапе, согласно обоснованной математической модели (3.5) - (3.8), были вычислены интегрированные показатели положений учреждения в стране (P_r), в динамике (D_r) и отраслевой группе (P_g), которые приведены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Интегрированные показатели организационно-экономического потенциала образовательной организации [составлено автором самостоятельно]

Интегральные показатели		ЛГПУ	ЛГУ им. В.Даля	ДонГТИ	ЛГАУ	ЛГАКИ им. М.Мату-совского
P_r	Положение учреждения в стране	25,76	30,85	21,32	21,45	10,58
D_r	Положение учреждения в стране (в динамике)	29,71	35,96	19,64	13,71	2,51
P_g	Положение учреждения в отраслевой группе	1,3	0,86	0	0	0

Полученные интегрированные показатели позволяют вычислить организационно-экономический потенциал образовательных организаций высшего образования ($K_{OЭП}$) и динамический потенциал ($K_{OЭП2}$). Вычисленные показатели представлены в виде таблицы 3.7.

Таблица 3.7 – Организационно-экономический потенциала учреждения [составлено автором самостоятельно]

Организационно-экономический потенциала учреждения	ЛГПУ	ЛГУ им. В.Даля	ДонГТИ	ЛГАУ	ЛГАКИ им. М.Мату-совского
$K_{OЭП}$	17,69	20,95	14,28	14,37	7,09
$K_{OЭП2}$	20,33	24,38	13,16	9,19	1,68

С помощью графического метода (рисунок 3.8) наглядно отобразим организационно-экономические потенциалы ($K_{OЭП}$ и $K_{OЭП2}$) рассматриваемых образовательных организаций (таблица 3.7).

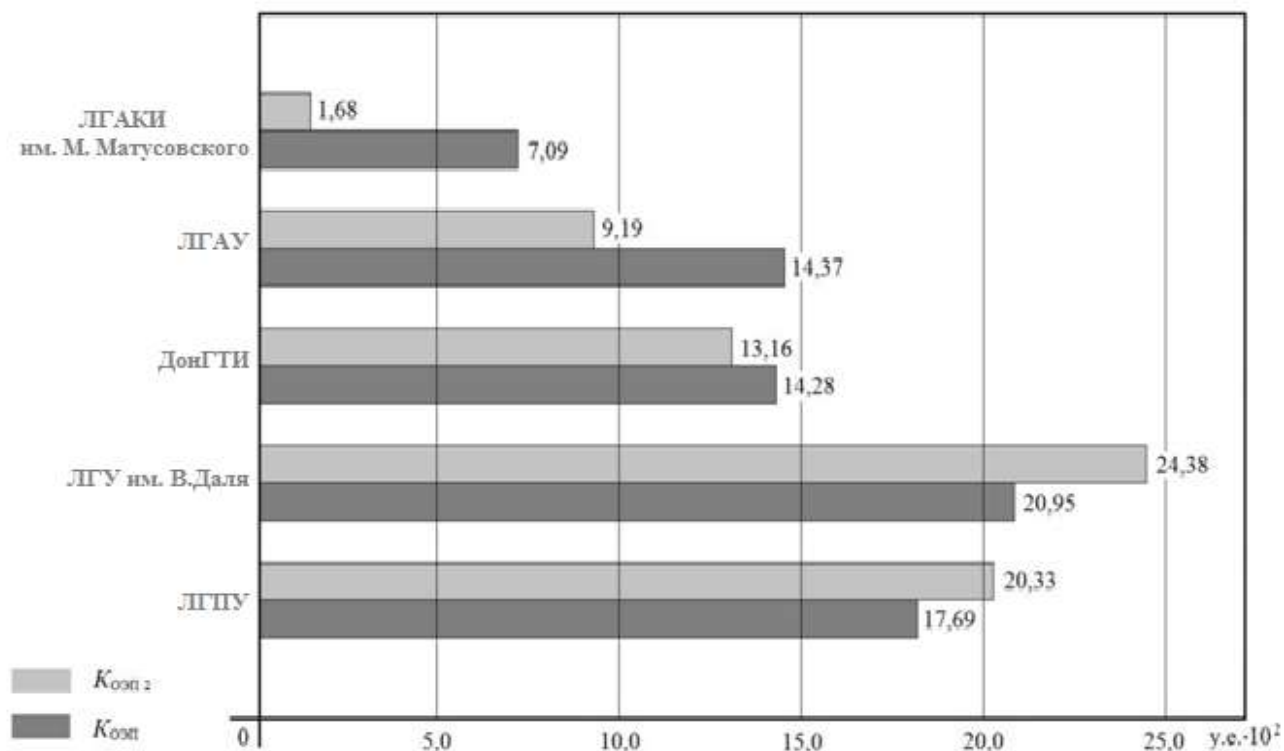


Рисунок 3.8 – Организационно-экономический потенциал образовательных организаций высшего образования [составлено автором самостоятельно]

Оценка организационно-экономического потенциала ($K_{оэп}$) ОО ВО на современном рынке образовательных услуг позволяет спрогнозировать следующие действия или мероприятия, необходимые для обеспечения своего уровня конкурентоспособности. В соответствии с критериальной шкалой организационно-экономический потенциал ЛГАКИ им. М. Матусовского характеризуется низким уровнем, а все остальные учреждения оцениваются на среднем уровне.

Динамика развития высших учебных заведений, оцениваемая обобщенным организационно-экономическим потенциалом ($K_{оэп2}$), показывает высокий уровень оценки ЛГУ им. В. Даля. Средним уровнем характеризуются ЛГПУ, ДонГТИ и ЛГАУ. Низкий уровень соответствует ЛГАКИ им. М. Матусовского.

Следует отметить, положительную динамику развития ОО ВО у ЛГУ им. В. Даля и ЛГПУ, характеризующуюся выполнением неравенства

$$K_{оэп2} > K_{оэп} . \quad (3.9)$$

Востребованность выпускников образовательных организаций высшего образования представлена на рисунке 3.9.

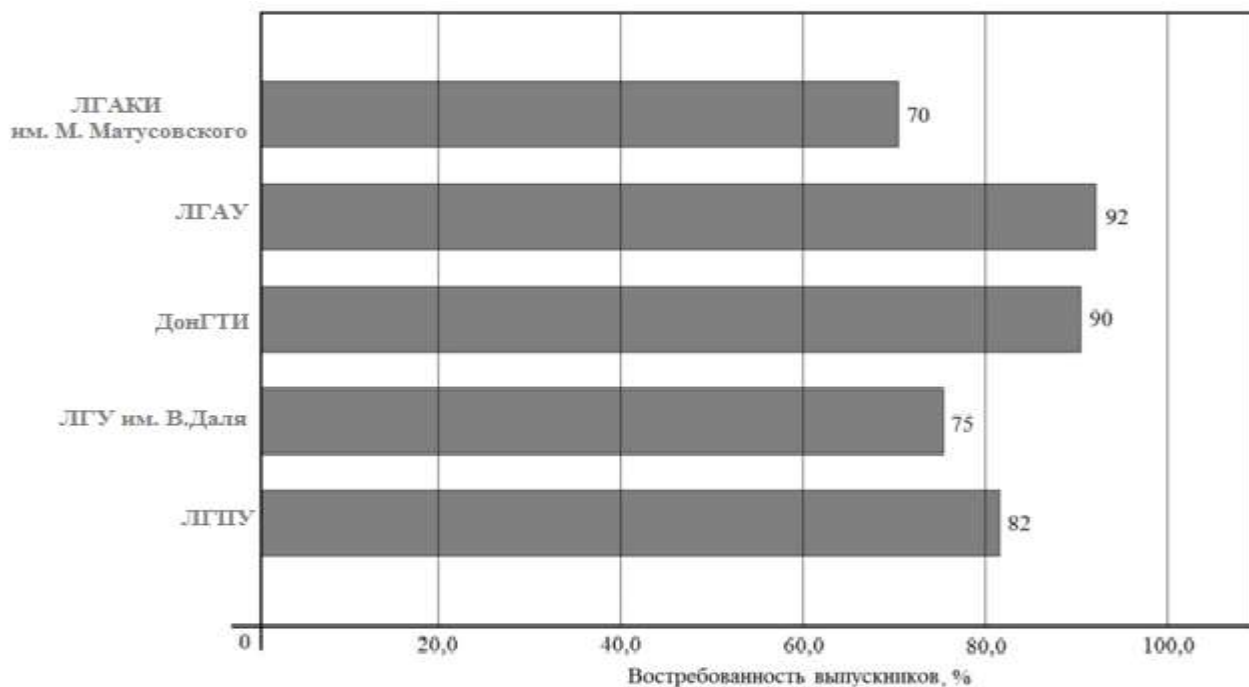


Рисунок 3.9 – Уровень востребованности выпускников ОО ВО рынком труда [составлено автором самостоятельно]

По критериальной шкале все учреждения, кроме потенциала динамики развития ЛГУ им. В. Даля, находятся на среднем и низком уровнях. Данный показатель позволит в перспективе корректировать объемы КЦП для соответствующих ОО ВО.

Особое значение имеет разработка именно оптимальных решений, которые являются основой для принятия корректирующих и предупреждающих действий по обеспечению надлежащего уровня конкурентоспособности учреждения. Управленческие решения в сфере предложения и предоставления образовательных услуг часто принимаются в условиях неопределенности, которая возникает вследствие недостаточной информации о состоянии рынка образовательных услуг в ЛНР, рынка труда, деятельности конкурентов и тому подобное. Но в данном случае предложенная методика оценки организационно-экономического потенциала позволит обосновать мероприятия по обеспечению

конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования и выработать единую государственную политику в отношении ряда образовательных учреждений.

3.2. Организационно-экономический механизм реализации стратегии обеспечения повышения уровня конкурентоспособности организации

В современном мире рынок образовательных услуг является быстро растущим и перспективным рынком в условиях рыночной экономики. Приоритетным направлением на рынке образовательных услуг является высшее и последипломное образование. Такой вид образования ориентирован на формирование высококвалифицированных кадров, необходимых экономике государства, интеллектуальное, культурное и нравственное развитие для каждой личности.

Функционируя на рынке образовательных услуг образовательной организации высшего образования, а именно профильному подразделению, отвечающему за связи с общественностью, необходимо ответить на ряд вопросов [124, с. 102]:

1. Кого учить?
2. Зачем и чему учить?
3. Сколько учить?
4. Где учить?
5. Как учить?
6. Кто будет учить?
7. С помощью чего учить?

Отвечая четко на поставленные вопросы, образовательное учреждение позиционирует себя на рынке в долгосрочной перспективе как коммерчески

привлекательный и конкурентоспособный субъект рынка.

Что касается позиционирования самих услуг, то, на наш взгляд, очень важным моментом здесь является определение набора возможных конкурентных преимуществ, на основе которых можно строить свою позицию на рынке. В частности данные параметры были определены по результатам анализа организационно-экономического потенциала ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» во второй главе данного исследования.

По нашему мнению, для образовательных организаций высшего образования ЛНР наиболее остро сегодня стоят вопросы: кого учить? и кто будет учить? Эти вопросы являются приоритетными, потому что в силу различных обстоятельств можно наблюдать миграционные изменения и демографическую нестабильность в Республике под воздействием ряда внешних факторов (военно-политический конфликт, пандемия вирусной инфекции, экономический кризис).

Отвечая на один из поставленных вопросов: «кого учить?» руководство ОО ВО должно помнить о том, что главной целью его работы является качественная подготовка студента. Следовательно, функционирование ОО ВО на рынке образовательных услуг возможно только при наличии соответствующего числа абитуриентов, то есть будущих студентов. На сегодняшний день также наблюдается дефицит необходимых абитуриентов, многие из которых выезжают учиться и получают образование за пределами Республики. Необходимо учитывать тот факт, что такие изменения в конъюнктуре спроса на услуги высшего образования играют особенно важную роль. Так, сегодня можно говорить об обострении конкурентной борьбы между ведущими ОО ВО Республики. Это происходит от того, что разрыв между спросом и предложением увеличивается ввиду нестабильной экономической и политической ситуации в регионе. Спад производства и, как следствие, безработица приводят к тому, что по окончании ОО ВО молодые специалисты не трудоустроены, что побуждает их выезжать за пределы Республики, а это повышение показателя «утечки мозгов». Говоря о роли безработицы, в отношении спроса на услуги высшего образования положительным является тот факт, что она подталкивает трудоспособное

население к переобучению и получению второго высшего образования. А это, в свою очередь, дополнительные места в центрах дополнительного профессионального образования.

Успешное решение проблемы притока абитуриентов, в первую очередь, зависит от построения эффективного организационно-экономического механизма – фундамента системы управления образовательной организацией высшего образования.

В оценке качества высшего образования могут участвовать следующие категории субъектов рынка: потребители услуг, эксперты, специализированные организации. Их роль заключается в наблюдении и оценке состояния качества образовательных услуг в ОО ВО, прогнозы по улучшению уровня качества предоставления услуг, выявление конкурентных преимуществ в данном учебном заведении.

В сфере высшего образования процесс удовлетворения потребителей образовательной услугой целесообразно рассматривать как такой, что осуществляется в два этапа: первичное удовлетворение и конечное удовлетворение. Первичное удовлетворение образовательной услугой возникает у потребителя в случае получения им свидетельства об окончании ОО ВО и присвоении определенной квалификации, то есть получения диплома о высшем образовании. На этом этапе выпускник ОО ВО впервые сопоставляет свои предыдущие ожидания от планируемого получения образовательной услуги и реально полученной образовательной услуги. И если качество реально полученной образовательной услуги ниже предыдущих ожиданий, то потребитель чувствует разочарование. При соответствии ожидаемых и фактических результатов потребитель испытывает удовлетворение. В случае превышения фактических результатов по сравнению с ожидаемыми степень удовлетворения потребителя является абсолютной.

Относительно конечного удовлетворения потребителя образовательной услугой, то оно возникает позже, когда полученный диплом является востребованным среди работодателей и позволяет его владельцу быть

воспринятым рынком труда и, как результат – успешно трудоустроиться. Кроме того, при трудоустройстве выпускника у самого работодателя тоже возникает определенный уровень удовлетворения квалификацией выпускника как носителя полученной образовательной услуги.

Эффективное удовлетворение потребностей потребителей образовательных услуг становится целевым ориентиром стратегии обеспечения повышения конкурентоспособности ОО ВО, направленной на разработку и реализацию мероприятий по приросту ценности для потребителя услуги (абитуриента), работодателей, социальных групп и общества в целом, и влияет на обеспечение уровня конкурентоспособности ОО ВО.

ОО ВО, предлагая свои образовательные услуги на соответствующем рынке, имеет возможность повысить их ценность, которую испытывает потребитель тремя путями. Во-первых, ОО ВО должен повысить общую ценность образовательной услуги, улучшая ее качественные характеристики, повышая уровень оказания сопутствующих услуг и квалификации персонала, а также усиливая корпоративный имидж. Во-вторых, ОО ВО по согласованию с МОН ЛНР может уменьшить расходы потребителя, то есть снизить цену на образовательные услуги. В-третьих, ОО ВО имеет возможность уменьшить расходы потребителя образовательных услуг, способствуя экономии его времени, энергетических и эмоциональных затрат. В любом случае ОО ВО необходимо постоянно повышать ценность своих предложений на образовательном рынке в глазах целевых потребителей, потому что, как было отмечено ранее в теоретических исследованиях данной работы, только та услуга, которая имеет высокую ценность для потребителя, может считаться на самом деле конкурентоспособной.

Поэтому на основании проведенных исследований во второй главе и адаптированного методического подхода к оценке организационно-экономического потенциала ОО ВО разработан организационно-экономический механизм реализации стратегии обеспечения повышения конкурентоспособности (рисунок 3.10).

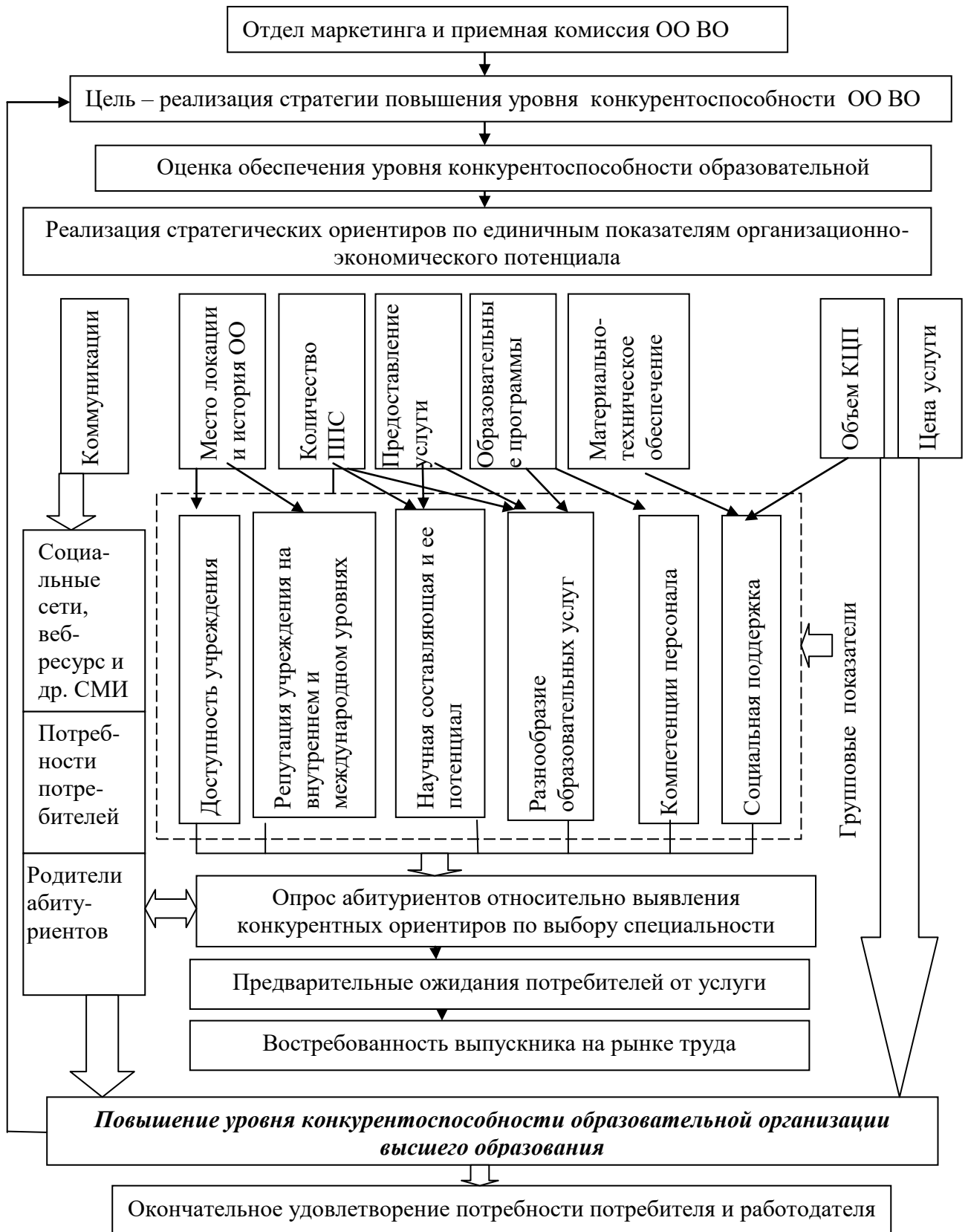


Рисунок 3.10 – Организационно-экономический механизм реализации стратегии обеспечения повышения конкурентоспособности образовательной организации высшего образования [составлено автором самостоятельно]

Благодаря такому механизму ОО ВО могут эффективно использовать совокупность управленческих мер для обеспечения надлежащего уровня конкурентоспособности и реализации соответствующих стратегий. Целевой функцией в рамках данного механизма является максимизация показателей организационно-экономического потенциала с целью получения конкурентных преимуществ на рынках образовательных услуг и труда. Именно на отдел маркетинга и приемную комиссию ОО ВО должны быть возложены функции управления в рамках обозначенного механизма.

Данный механизм позволяет определить кто, когда, с помощью какого комплекса приемов, средств и методов должен решать очерченную проблему на уровне самих образовательных организаций с ориентацией на повышение их конкурентоспособности.

Сущность предложенного механизма заключается в том, что благодаря целенаправленному применению экспертных оценок, социологических исследований и методики оценки обеспечения конкурентоспособности образовательной организации, которые подробно были рассмотрены в п. 2.3 и 3.1, возможно воздействовать на уровень конкурентоспособности ОО ВО, при этом улучшать качество образовательных услуг, повышать степень первичного и конечного удовлетворения потребителей образовательных продуктов с помощью мероприятий, разработанных по соответственным единичным показателям организационно-экономического потенциала.

Немаловажным является поддержка отрасли с позиции Министерства образования и науки ЛНР. Так, на сегодняшний день студенты очной формы обучения как на бюджетной, так и на контрактной основе получают образование бесплатно. Это дает возможность привлечь дополнительное число абитуриентов в ОО ВО ЛНР за счет расширения КЦП по специальностям, которые востребованы на рынке труда по укрупненным группам подготовки (гуманитарные науки, здравоохранение, сельское хозяйство, инженерное дело, науки об обществе). Как показал анализ в параграфе 2.1 данного исследования относительно количества выпускников образовательных организаций высшего образования в 2019 г. – это

только начало большого пути, так как данные учреждения сумели сохранить материально-техническую базу, которая так необходима для качественного предоставления образовательных услуг.

Как правило, притягательность учебного заведения во много зависит от авторитета ректора, уникальности профессорско-преподавательского состава, наличия докторов и кандидатов наук, профессоров, академиков и их известности. Не секрет, что миграционные процессы в регионе коснулись и этого вопроса. Но если в современном мире миграция специалистов это нормальное явление в условиях свободы перемещения и наличия рынка трудовых ресурсов, то в ЛНР, в силу сложившихся обстоятельств, необходимо говорить о проблеме вынужденной «утечки мозгов», что влечет за собой дефицит кадров. Поэтому одним из важнейших направлений деятельности Министерства образования и науки ЛНР является стимулирование развития науки. Так, открытие ученых советов в ЛНР дает возможность молодым ученым пополнить ряды кандидатов и докторов наук. Так, с начала 2018 года начали работу диссертационные советы [116] на базе ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки», ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского», ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет», ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля».

Таким образом, можно сказать, что образовательным организациям высшего образования, преодолевая все трудности, необходимо выбрать конкретные стратегические ориентиры для повышения уровня своей конкурентоспособности и привлечения абитуриентов.

Также необходимо отметить, что особое место в выборе ОО ВО, на сегодняшний день, занимают и качественные характеристики образовательного процесса. Получение качественного образования является одним из приоритетных направлений развития современного мира. На международном рынке образовательных услуг, как это показали результаты изучения зарубежного опыта, происходит постоянный рост конкурентной борьбы за ведущие позиции на

рынке образовательных услуг, за эффективное использование ресурсов: абитуриентов, лучших профессоров и преподавателей, иностранных студентов, аспирантов. Особое место в конкурентной борьбе занимает качество предоставления образовательных услуг в ОО ВО и внедрение в образовательный процесс инновационных технологий, направленных на замену старой модели высшего образования на новую.

В своей работе профессор Н.А. Селезнева качество услуги определяет в виде соответствия высшего образования определенным потребностям, целям, требованиям, нормам (стандартам) [168, с. 11].

Одним из перспективных направлений для сбалансированного соответствия высшего образования потребностям, целям, требованиям и нормам может служить мониторинг качества высшего образования.

В основе реализации мониторинга качества высшего образования лежит модель сравнительной оценки с аналогами-конкурентами, что не противоречит определению конкурентоспособности И.М. Лифица [84, с. 49].

Оценить качество высшего образования, на наш взгляд, можно исходя из трех составляющих: качество условий; качество процесса; качество результата.

В эту триаду оценки качества образования могут быть выбраны различные критерии, которые соответствуют потребностям, целям, требованиям и нормам субъектов рынка.

Как было ранее рассмотрено в теоретической части работы конкурентоспособность услуги определяется как отношение качества продукта к его цене. Поскольку уровень цены находится в обратной зависимости от уровня конкурентоспособности, то цену на образовательные услуги необходимо не корректировать, но хотя бы удерживать на одном уровне. Но этот путь не всегда является экономически выгодным. Оптимальной является другая стратегия повышения конкурентоспособности, а именно стратегия повышения качества образовательных услуг. Таким образом, чтобы повысить конкурентоспособность необходимо всеми инструментами, входящими в состав групповых показателей организационно-экономического потенциала, действовать и влиять на критерии

качества, тем самым повышать уровень конкурентоспособности услуги и в целом работы ОО ВО. Инструментарий в пределах каждого группового показателя может применяться для воздействия к различным критериям качества. Так, инструменты коммуникаций влияют на такие критерии качества, как уровень коммуникаций, степень доступа и репутация ОО ВО. Такие критерии качества, как доступность учреждения и его репутация формируются непосредственно под влиянием инструментария из блока «Место локации и история». Составляющие элемента «Количество персонала» обеспечивают качество знаний, репутацию и надежность ОО ВО и обязательно компетентность профессорско-преподавательского состава и учебно-воспитательный процесс.

Несмотря на четкую ориентированность применения каждого элемента механизма реализации стратегии обеспечения повышения уровня конкурентоспособности по отдельным групповым показателям, инструментарий воздействия на потребителя услуги в целом должен использоваться комплексно, в тесной взаимосвязи друг с другом.

С помощью коммуникаций формируются потребности потенциальных потребителей относительно получения высшего образования, то есть выбор конкретного ОО ВО, выбор специальности, выбор формы и сроков обучения и тому подобное. На потребительские нужды влияют также слухи, мнение семьи и других групп влияния. Под влиянием этих контактных аудиторий четко определенные потребности потенциального потребителя образовательных услуг трансформируются в его предварительное ожидание относительно получения соответствующей образовательной услуги. И только после получения реальной образовательной услуги у потребителя появляется первичное удовлетворение. Но конечное удовлетворение потребитель образовательных услуг может получить только после того, как он, уже выпускник ОО ВО, будет восприниматься на рынке труда, то есть как его знания, умения, навыки и квалификацию оценят работодатели.

Востребованность выпускников той или иной ОО ВО рынком труда, в свою очередь, влияет на формирование потребностей и запросов потенциальных

потребителей на рынке высшего образования, и, как следствие, является очень важным индикатором конкурентоспособности ОО ВО.

Как было отмечено, уровень качества образования и уровень цены на образовательные услуги непосредственно влияют на конкурентоспособность ОО ВО, которая, в свою очередь, обеспечивает эффективность реальной образовательной услуги.

Реализация предложенного организационно-экономического механизма реализации стратегии повышения конкурентоспособности ОО ВО возможна только при условии формирования соответствующей организационной структуры ОО ВО, адекватной требованиям применения маркетингового инструментария для обеспечения надлежащего уровня конкурентоспособности учреждения. При этом задачи повышения конкурентоспособности отечественных ОО ВО решаются на всех уровнях управления образовательной деятельностью: как на уровне самого учреждения, так и может быть приоритетной задачей для Министерства образования и науки ЛНР. Учитывая это, сформирована концепция построения иерархической организационной системы повышения уровня конкурентоспособности ОО ВО (рисунок 3.11).

Поэтому, прежде всего, качественная образовательная услуга, дает возможность ОО ВО получить определенные конкурентные преимущества и укрепить рыночные позиции учреждения, то есть становится залогом его конкурентоспособности. Целью организационной системы в целом и ее подсистем должно быть обеспечение инновационного развития как образования в целом, так и каждого субъекта высшего образования, а принципы повышения конкурентоспособности ОО ВО – системно обеспечиваться эффективными управленческими решениями на всех уровнях иерархии.

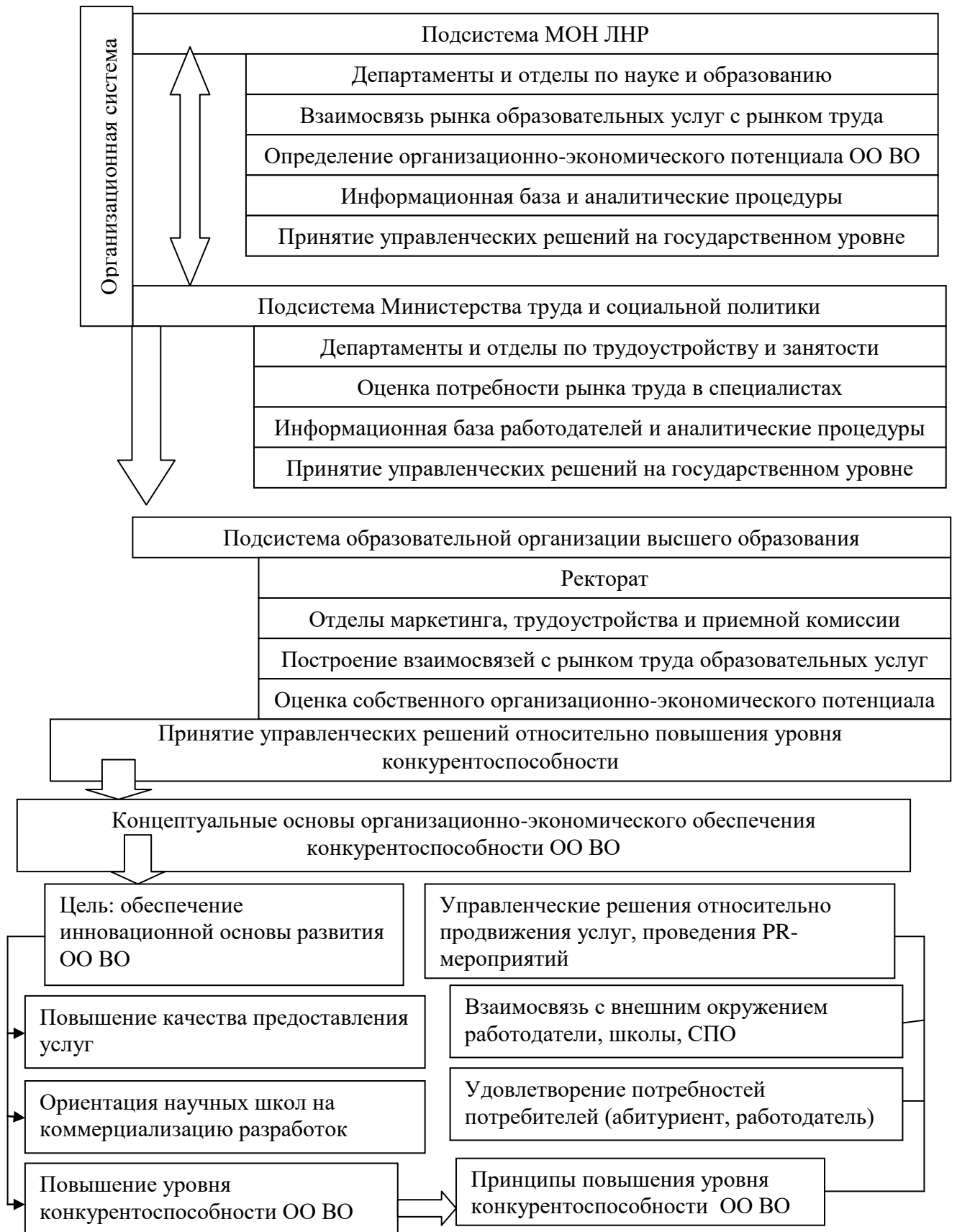


Рисунок 3.11 – Концепция построения иерархической организационной системы повышения конкурентоспособности ОО ВО [составлено автором самостоятельно]

В условиях проявления кризисных явлений в экономике государства должны быть более эффективными усилия профильных министерств по рыночной адаптации системы образования и регулирования рынков образовательных услуг и труда, а также определенный пересмотр роли и функций отдела министерства по вопросам высшего образования в части выявления и решения проблем повышения конкурентоспособности ОО ВО. Формирование многоукладной системы высшего образования и становления рынков образовательных услуг и труда в условиях неблагоприятной демографической ситуации, закрытие международного сотрудничества поставили перед каждым ОО ВО ряд проблем, связанных с необходимостью адаптации к жестким конкурентным условиям.

Способность общества применять инновационные знания играет решающую роль для обеспечения стабильного экономического развития государства в целом. Внедрение инновационных технологий в сферу высшего образования связано с изменениями, которые происходят в мировом образовательном пространстве. Поэтому образовательные организации высшего образования должны учитывать тенденции внешней среды, как на государственном уровне, так и международном.

Традиционная роль образовательных организаций высшего образования – получение, накопление и передача обществу знаний в форме обучения, публикаций и научных дискуссий становится явно недостаточной, а снижение объемов государственного финансирования науки и образования ставит перед соответствующими образовательными организациями задачу приоритетного развития современных методов управления научными исследованиями, правовой охраной и коммерциализацией инновационных разработок.

Концепция инноваций образовательных услуг предусматривает, что их главная задача – установить и удовлетворить не только потребности и интересы потребителей, но и обеспечить долговременное благосостояние как отдельного потребителя, так и общества в целом. Поэтому инновации на рынке образовательных услуг имеют социально-этническое направление.

Исторически сложилось, что государственные образовательные

организации высшего образования не считаются рыночно-ориентированными, так как выполняют государственный заказ по подготовке квалифицированных специалистов, однако недостаточное бюджетное финансирование определяет постепенный разворот учреждений в сторону рыночной ориентации.

Для того чтобы обеспечить высокий уровень конкурентоспособности, еще одной из организационно-экономической составляющей становится освоение новых образовательных технологий. Примером инновационной деятельности в образовательной организации высшего образования и внедрение в образовательный процесс инновационных технологий может служить дистанционное обучение, которое объединяет в себе достижения в области информатизации образования, состоящие в использовании компьютерных технологий обучения, компьютерных сетей, телекоммуникаций, новых педагогических подходов.

Если рассматривать дистанционное обучение, как систематическое целенаправленное обучение, которое осуществляется на некотором расстоянии от места расположения преподавателя, при этом процессы преподавания и обучения разделены не только в пространстве, но и во времени, то существует много факторов, отличающих дистанционное обучение от традиционного (обучения в аудитории). Рассмотрим некоторые из них: преподаватель не имеет возможности видеть реакцию студентов на свои слова и действия; эффективность преподавателя во многом зависит от того, насколько грамотно преподаватель использует современные технологии (как информационно-коммуникационные, так и педагогические); преподаватель при дистанционном обучении должен уделять гораздо больше внимания мотивации студентов; преподаватель должен активнее поощрять желание студентов искать свой собственный путь решения проблемы.

Говоря о концепции развития дистанционного обучения в ЛНР, можно выделить следующие приоритетные организационно-экономические аспекты, а именно:

1. Создание информационно-образовательного пространства для поддержки

дистанционного обучения с использованием информационных компьютерных технологий их успешное внедрение зависит от многих факторов и, прежде всего, от инновационных решений данной ОО ВО. Основной задачей создания информационно-образовательного пространства является формирование требований и поддержка телекоммуникационной информационно-образовательной среды как структуры информационно-образовательного пространства. Основное назначение данной среды – расширение доступа к обучению большого количества людей и получение возможности совместного использования знаний и развития творческой деятельности обучаемых.

2. Подготовка педагогического персонала, обеспечивающего функционирование систем гибкого дистанционного обучения. В настоящее время многие ОО ВО пытаются внедрить в образовательный процесс технологии дистанционного обучения. Но проблема заключается в том, что такие учреждения не имеют при этом подготовленных должным образом педагогических кадров.

3. Разработка и использование педагогических технологий для поддержки дистанционного обучения. Суть данного направления заключается в том, что при разработке и использовании педагогических технологий происходит внедрение в обучающий процесс новых, альтернативных механизмов передачи знаний, что позволяет сделать процесс обучения более интенсивным и интерактивным.

Педагогические технологии дистанционного обучения – это технологии опосредствованного активного общения преподавателей с обучаемыми и обучаемых друг с другом с использованием телекоммуникационной связи и методологии индивидуальной работы студентов со структурированным учебным материалом, представленным в электронном виде.

Особенности применения педагогических технологий в условиях дистанционного обучения требуют наличия специальной телекоммуникационной информационно-образовательной среды. Данная среда должна быть сформирована таким образом, чтобы студент имел свободный доступ к информационному обеспечению по всем видам работ и многообразию изучаемых предметов.

Как показывает практика, любые нововведения имеют свои преимущества и недостатки. К преимуществам в организации учебного процесса, благодаря внедрению инновационных технологий, можно отнести следующие: пользователи дистанционных курсов самостоятельно решают, в какой срок им проходить данный курс, так как задачи доступны в любой момент; возможность освоить курс из любой точки мира, где есть доступ к Интернету; мобильность предоставления информации и гибкая организация учебного процесса; инновационные технологии лучше воспринимаются современной молодежью, для которых всемирная сеть Интернет стала неотъемлемой частью повседневной жизни; использование дистанционных курсов обучения предоставляет значительно больше возможностей для самостоятельной работы студента, способствует формированию навыков самоорганизации и рационального использования учебного времени. В условиях, когда объявлена пандемия и нет возможности проводить учебный процесс в аудиториях для избегания заражения студентов и преподавателей, именно, дистанционные формы обучения позволили продолжить процесс обучения, но только в тех учреждениях, где данный процесс был систематизирован и технически подготовлен [92].

Недостатками в организации учебного процесса благодаря инновационным технологиям, на наш взгляд, могут быть следующие: обучение с использованием дистанционных программ не может заменить прямого общения преподавателя со студентом; дистанционное обучение не в состоянии учесть индивидуальные особенности характера студента и его интеллекта.

Также для обеспечения качественной подготовки специалистов и стимулирования ППС к внедрению инновационных технологий в образовательный процесс можно использовать сбалансированную систему показателей. По сути, это расчеты таких показателей, как ключевые показатели эффективности (KPI), которые позволяют выстроить систему обоснованных надбавок для преподавателя. В таблице 3.8 представлен пример расчета данных показателей.

Таблица 3.8 – Расчет показателей КРІ для преподавателей или административного персонала образовательной организации высшего образования [составлено автором самостоятельно]

Название должности	Название КРІ	Расчет КРІ	Интеграция в систему стимулирования и выплаты заработной платы
Старший преподаватель	Получение ученой степени	Ставка З/П*%	При получении степени кандидата наук – 15%. При получении степени доктора наук – 25 %
Доцент	Получение ученого звания	Ставка З/П*%	При получении звания доцента – 25%. При получении звания профессора – 33 %
Секретарь приемной комиссии	Увеличение доли студентов – контрактников (бакалавриат, магистратура)	Ставка З/П+ надбавка	При доле поступивших на контракт 10% – 1000 руб. При доле 20% – 2000 руб. При доле 30% и более – 4000 руб.
Директор ЦДПО	Привлечение обучающихся на программы профессиональной переподготовки	Ставка З/П+ надбавка	Каждые 10 человек принятых на переподготовку + 1500 рублей к окладу

По сути, применение расчетных показателей КРІ позволяет усовершенствовать существующую систему оценки профессорско-преподавательского состава в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» по научному направлению (Приложение Р). Кроме этого, данные показатели будут охватывать как ППС с его результатами по учебной, методической, воспитательной работе, так и административный персонал для определения процентов надбавок ежемесячно. Также, применяя процессный подход, можно детализировать основные и вспомогательные процессы в рамках образовательной организации высшего образования (таблица 3.9). Данный инструмент необходим для понимания того, какие процессы будут затрагиваться для обеспечения конкурентоспособности образовательной организации высшего образования.

Если рассмотреть описание процесса «прием абитуриента» (Приложение С), то он полностью стандартизирован в нормативно-правовом поле ЛНР для всех образовательных организаций высшего образования. То есть в данном процессе

все учреждения поставлены в равные условия. Остается работать над организационно-экономическими характеристиками, которые позволяют привлекать абитуриентов в большей степени, чем в другое учреждение. И одним из показателей с позиции экспертного опроса является качество образования.

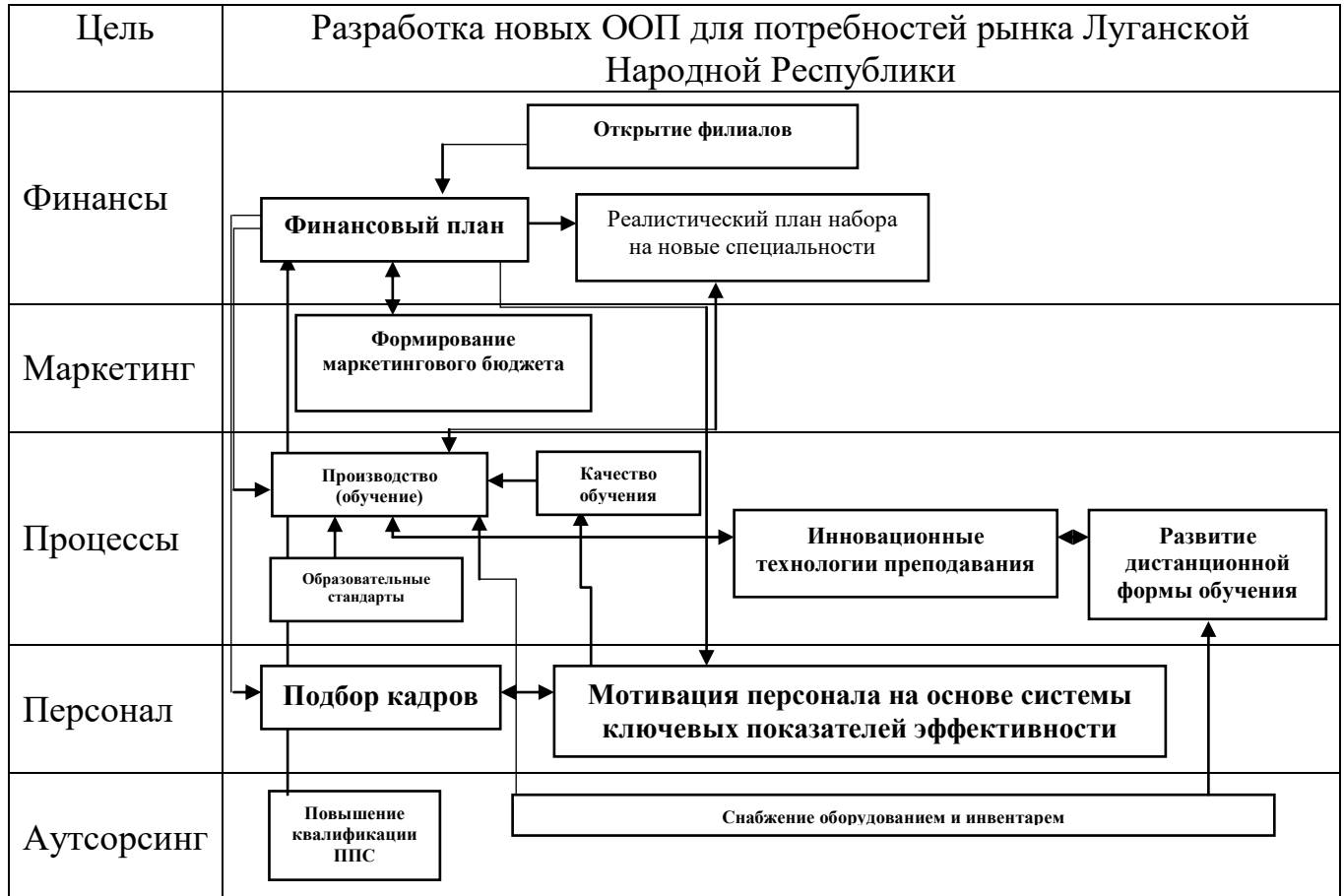
Таблица 3.9 – Карта бизнес-процессов [составлено автором самостоятельно]

Основные процессы	Проектирование и разработка образовательных программ, прием абитуриентов, производство (процесс обучения, воспитания), подготовка кадров высшей квалификации, научно-исследовательская и инновационная деятельность
Вспомогательные процессы	Финансы (бухгалтерский учет), маркетинг, связь с общественностью, взаимодействие с учебными заведениями, библиотечное и методическое обслуживание, внутрихозяйственная деятельность

С помощью диаграммы Исикавы рассмотрим причинно-следственные связи, которые способствуют повышению качества самого процесса обучения на примере ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» (см. Приложение Р). В данном случае выделено четыре основные причины, влияющие на уровень конкурентоспособности данного учреждения, а именно: повышение качественных характеристик ППС, внедрение системы мотивации персонала, продвижение образовательных услуг, разработка долгосрочной стратегии развития учреждения. Если первые три составляющие в рамках данного исследования рассматривались ранее с выработкой соответствующих мероприятий по их развитию, то относительно стратегического управления требуются дополнительные исследования. То есть конкурентоспособность в данном случае должна обеспечиваться наличием соответствующей стратегии. Но в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» стратегия отсутствует, то есть отсутствуют долгосрочные цели с рядом системных мероприятий по ее достижению с учетом оценочных показателей и ресурсного обеспечения. Основываясь на изучении зарубежного опыта по обеспечению конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования и опираясь на изучение конкурентной среды и экспертные оценки, то, прежде всего, в долгосрочной перспективе для данной образовательной организации важно обеспечить такой показатель, как трудоустройство выпускников с учетом

требований рынка труда. Для этого используем такой инструмент, как стратегическая карта (таблица 3.10).

Таблица 3.10 – Стратегическая карта достижения высокого уровня трудоустройства выпускников ОО ВО [составлено автором самостоятельно]



Как видно из представленной таблицы 3.6, все блоки ориентированы на обеспечение повышения уровня конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» и увязываются с одной целью – разработка новых ООП для потребностей рынка Луганской Народной Республики. То есть выбирается стратегия развития, для чего важно ежегодно проводить исследования среди работодателей ЛНР, которые в долгосрочной перспективе будут испытывать дефицит рабочей силы или будут требовать повышение квалификации и переподготовки действующих кадров.

3.3. Формирование коммуникационной политики, ориентированной на обеспечение конкурентоспособности образовательной организации высшего образования

В условиях становления информационного общества любой образовательной организации просто не обойтись без построения эффективных коммуникаций с внешней средой [122, с. 307]. Основой обеспечения конкурентоспособности ОО ВО, прежде всего, становится коммуникационная политика в которую включаются ряд PR мероприятий (паблик рилейшнз).

В исследовании А.Н. Чумикова и М.П. Бочарова: «...паблик рилейшнз – это особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и ее общественностью, решению различных проблем и задач; помогает руководству организации быть информированным об общественном мнении и вовремя реагировать на него; быть готовым к любым переменам и использовать их наиболее эффективно; определяет главную задачу руководства – служить интересам общественности – и делает на ней особый упор; выполняет роль «системы раннего оповещения» об опасности и помогает справиться с нежелательными тенденциями; основывается на этических нормах общества в качестве основных средств деятельности» [198, с. 16].

Например, ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» на момент 15.04.2020 года в социальной сети ВК имеет 13875 подписчиков, в то же время в Фейсбуке только 521 участник, 467 участников в социальной сети «Одноклассники», в «Твиттере» всего 19 читателей, на «Ютуб канал» подписано 965 участников и 1772 участника в «Инстаграмм». Последняя социальная сеть как раз более популярна в среде абитуриентов и является более информативной[64]. То есть это 15% студентов, подписанных на страницу «Инстаграмм» от общего количества 11771 студентов, в рамках данной ОО ВО (см. Приложение К). Такие показатели очень низкие и

говорят о том, что неэффективно применяются инструменты SMM. Данный инструмент является одним из организационных составляющих конкурентоспособности ОО ВО с большим потенциалом. Так, ежегодно количество подписчиков в социальной сети данной ОО ВО должно увеличиваться в пределах 3-4 тыс. чел., что составляет ориентировочно 22-28% от всего количества абитуриентов ЛНР, так как именно такое количество абитуриентов готовится для поступления в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». То есть социальные сети и работа с абитуриентами с помощью данного канала информации должна быть одним из приоритетов в информационной политике данного учреждения, так как он имеет высокий потенциал для развития [1, с. 43].

На сегодняшний день, рекламная компания или система продвижения образовательной услуги является одним из основных инструментов организационной составляющей обеспечения конкурентоспособности ОО ВО, которую можно структурировать следующим образом:

- реклама в средствах массовой информации: в специализированной и общепрессе (газеты, журналы, справочники); сообщения на радио; телевизионные ролики;
- реклама в сети Интернет;
- полиграфическая реклама: каталоги и брошюры; буклеты и проспекты; вкладыши и агитационные листовки; визитные карточки ОО ВО; плакаты, календари и другая печатная продукция;
- внешняя реклама: указатели; вывески; щитовая реклама; стационарные панно на домах; мультимедийные средства и световые установки;
- сувенирная реклама: канцелярские товары, деловые подарки, майки и бейсболки университетских команд, где присутствует символика ОО ВО;
- имиджевая реклама, основная цель которой – это создание определенного положительного образа ОО ВО в глазах потребителей образовательных услуг.

Анализируя данную организационную составляющую ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», можно сказать о том, что ведущее место здесь занимает

информационная и полиграфическая реклама, которая дает возможность ознакомить потенциальных потребителей с имеющимся перечнем специальностей, условиями приема, оплаты и т.д. Однако, на наш взгляд, образовательной организации целесообразно больше внимания уделять формированию своего имиджа. Это связано с тем, что имеющиеся прямые конкуренты на рынке предлагают подобный набор образовательных услуг. Поэтому зачастую решающее значение для потребителей при выборе будущей профессии имеет имидж и репутация учреждения. В частности, одним из информационных поводов в 2020 г. становятся мероприятия, посвященные 100-летней истории ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ».

Основной целью работы с общественностью является как раз создание позитивного имиджа в тех сегментах рынка, которые могут быть заинтересованы в соответствующих образовательных услугах. А формирование корпоративной культуры и фирменного стиля образовательной организации будут являться теми немаловажными факторами, которые способны эффективно выделить учреждение из многообразия других.

Личные продажи, как способ продвижения образовательных услуг, включают персональный контакт между потенциальным потребителем услуги и представителями учебного заведения. К такого рода контактам можно отнести:

- устные рекомендации во время личной беседы с потребителем с целью продвижения услуги;
- проведение семинаров и консультаций во время заключения контракта;
- информирование потребителя о ключевых факторах успеха образовательной организации;
- информирование потребителя о высокой профессиональной подготовке профессорско-преподавательского состава;
- информирование о существующих уникальных образовательных программах и т.д.

Все стимулирующие сбыт образовательных услуг мероприятия можно условно разделить на три группы:

1. Виды стимулирования работников образовательной организации, которые непосредственно участвуют в работе по набору абитуриентов, осуществляют профориентационную работу в школах, колледжах (материальные и нематериальные виды поощрений);

2. Виды стимулирования потребителей образовательных услуг (льготы тем абитуриентам, которые показали отличные результаты во время проведения различных школьных олимпиад, а также во время прохождения подготовительного обучения);

3. Виды стимулирования посредников (руководителей предприятий и организаций, а также учителей средних школ с целью заключения договоров о совместном сотрудничестве, распространении рекламы и т.д.).

Все эти направления позволят образовательной организации высшего образования обеспечить эффективную обратную связь с внешней средой. Таким образом, в результате решения поставленной задачи относительно выбора приоритетов в развитии организационных составляющих повышения конкурентоспособности образовательной организации высшего образования можно сделать вывод о том, что PR является важным приоритетом. Такой выбор обосновывается: во-первых, среди большого количества образовательных организаций в ЛНР, предлагающих в основном однотипные услуги, зачастую очень трудно выделиться. Во-вторых, реклама не всегда бывает эффективной в связи с ее агрессивным и навязчивым воздействием. В-третьих, PR в образовательной организации занимает особое место, так как образовательная услуга является продуктом специфического интеллектуального труда. Образовательную услугу невозможно потрогать, оценить ее качество возможно лишь по истечении учебного года, когда будет проходить вступительная компания, и фиксируется количество участников в соответствующих группах в социальных сетях и посещениях интернет сайта.

Именно комплексный PR позволяет выявить целевую аудиторию. Так как четкое представление, кто будет потенциальными потребителями, покупателями образовательных услуг, какие категории потребителей уже являются таковыми,

каковы лица, принимающие решения по поводу приобретения образовательных услуг или влияющие на процесс принятия решений, помогут учреждению грамотно наладить коммуникационный процесс. А ведь хорошо налаженные коммуникационные связи образовательной организации выступают неперенным условием его нормального функционирования как субъекта хозяйствования и одной из решающих предпосылок ее успешной рыночной деятельности.

Поэтому одним из существенных аспектов по обеспечению конкурентоспособности ОО ВО является внедрение в основные бизнес-процессы, в частности, связанные с приемом абитуриентов, информационного продукта в виде CRM-системы (рисунок 3.12).

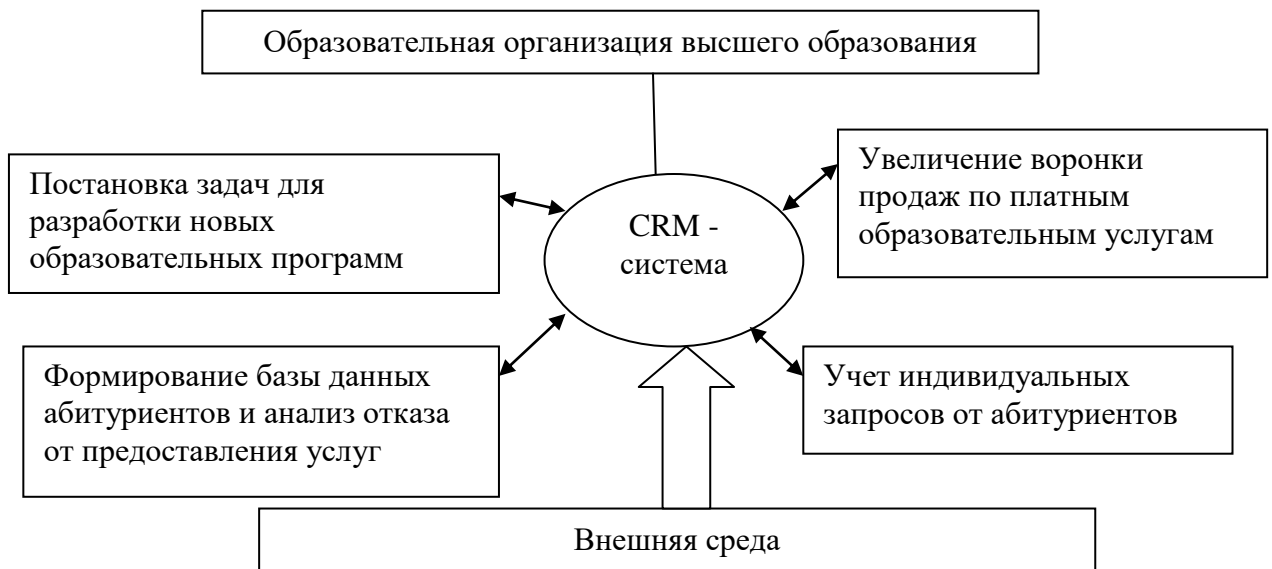


Рисунок 3.12 – Задачи CRM-системы в рамках работы приемной комиссии образовательной организации высшего образования [составлено автором самостоятельно]

Именно такая система более эффективно решает задачи коммерческой вертикали в устройстве приемных комиссий ОО ВО. Так, формирование потока абитуриентов зависит от множества факторов (демографическая ситуация, объемы КЦП, приоритетность в специальностях и возможность трудоустроится на престижную работу), которые можно учитывать в рамках основного бизнес-

процесса, описанного в Приложении С. На этапе опроса абитуриента уже создается карточка с контактными данными для дальнейшей работы по профильному информированию будущего студента. Данный информационный продукт является неотъемлемой частью системы продвижения образовательных услуг (см. Приложение С) и способствует повышению качества самого процесса работы с абитуриентом ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» (рисунок 3.13).

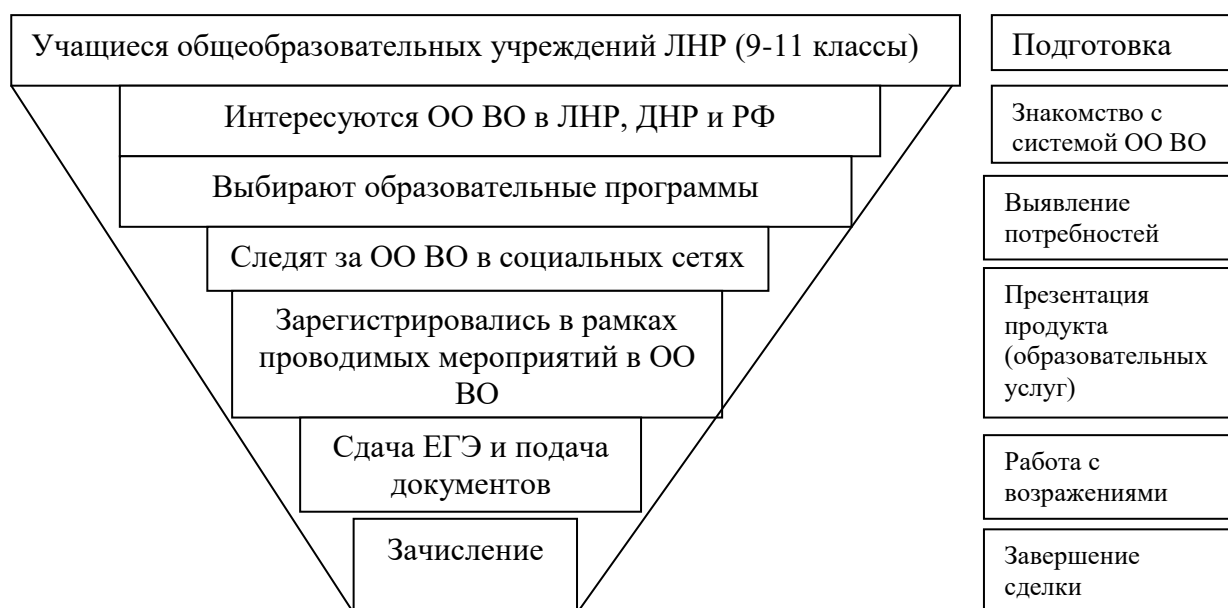


Рисунок 3.13 – Воронка продаж образовательных услуг, построенная на данных CRM-системы [составлено автором самостоятельно]

CRM помимо основной функции, эффективной работы с абитуриентами, также помогает формировать сами продукты, которые в дальнейшем выводятся на рынок образовательных услуг для направления дополнительного образования, повышения квалификации и пр.

Очень важно получать обратную связь для того, чтобы можно было измерить эффективность. Для эффективной работы приемные комиссии и маркетинговые службы должны постоянно развивать внутренние процессы, в противном случае ОО ВО не сможет представить продукт таким, какой его хочет

видеть абитуриент, а в большинстве случаев лица, принимающие решение – сами родители абитуриента. CRM поможет оценить на сколько ОО ВО близок к этому продукту.

Также CRM в некоторых случаях используется для выполнения вспомогательных видов деятельности (рисунок 3.14). Необходимо обратить внимание на то, что из практического опыта использования данной системы в рамках образовательных организаций любой формы собственности отношение количества абитуриентов в базе данных CRM к числу подписчиков в социальных сетях составляют приблизительно 12-16% [206]. К слову, работа с социальными сетями в таких организациях ведется в обычном режиме: интересный контент, эксклюзив, конкурсы и др. В остальном используется вовлечение в CRM: активация, побуждение к регистрации.



Рисунок 3.14 – Основные и вспомогательные виды деятельности [составлено автором самостоятельно на основе источника [206]]

CRM в системе образования можно назвать ERM – Enrollee Relationship Management, и это будет корректно. Собирая данные об абитуриентах в социальных сетях, частные образовательные организации используют cookies-файлы для анализа действий пользователей. Например, если абитуриент однажды

положительно прокомментировал мероприятие, маркетинговый отдел предлагает ему посетить, например, подготовительные курсы к ЕГЭ. В результате, абитуриент четко идентифицирован, ОО ВО точно знает, что он хочет и CRM знает, что ему предлагать в части направления подготовки.

Таким образом, можно сказать о том, что с повышением уровня конкуренции на рынке образовательных услуг существенно возросло влияние организационных составляющих, так как образовательной организации необходимо активно продвигать свои услуги для того, чтобы оставаться конкурентоспособной в долгосрочной перспективе. А грамотное использование всех имеющихся организационных инструментов информирования потребителя позволит занять лидирующие позиции на рынке.

В рамках процесса формирования коммуникационной политики именно отдел маркетинга или PR-служба должны разрабатывать мероприятия по повышению конкурентоспособности ОО ВО и повышать ее репутацию. Отделы трудоустройства в ОО ВО должны обеспечивать сотрудничество с работодателями и иметь базу контактов с предприятиями, кадровыми агентствами, службами занятости населения с целью содействия успешному трудоустройству выпускников, налаживанию обратных связей с предприятиями по вопросам анализа адаптации выпускников на их предприятиях.

Важнейшим условием успешного функционирования отдела маркетинга каждой ОО ВО являются согласованные и взаимодополняющие усилия всех рассмотренных подразделений, которые должны быть направлены на формирование конкурентоспособного потенциала, под которым понимается совокупность кадровых, интеллектуальных, финансово-экономических, материальных возможностей, которые обеспечивают учреждению устойчивые конкурентные позиции на рынках образовательных услуг и труда, а также реализацию его основных задач.

Реализация организационно-экономической стратегии, ориентированной на повышение конкурентоспособности ОО ВО, во многом зависит от слаженной и целенаправленной работы отдела маркетинга и других структурных

подразделений учреждения. Поэтому для четкой и системной работы в указанном направлении рекомендуется реализовывать управленческие мероприятия и коммуникационные каналы.

С этой целью разработан календарный цикл реализации коммуникационной политики ОО ВО по повышению ее конкурентоспособности. На рисунке 3.15 приведена соответствующая программа в виде дорожной карты, в которой ежемесячно расписаны шаги и меры различных подразделений и руководящего состава ОО ВО.



Рисунок 3.15 – Дорожная карта реализации коммуникационной политики ОО ВО в течение одного года [составлено автором самостоятельно]

Согласно плановым действиями, указанным в дорожной карте, в начале учебного года сотрудникам отдела маркетинга и приемной комиссии необходимо проводить социологические исследования, в частности, анкетирование студентов, которые только поступили в ОО ВО, с целью выявления их ожиданий, пожеланий

относительно дальнейшего обучения и уровень их удовлетворения работой приемной комиссии для оценки результатов проведения приемной кампании. Наряду с этим, должен осуществляться ситуационный анализ и мониторинг организационно-экономических показателей. В рамках аналитической работы в ноябре и декабре должна выполняться аналитическая работа по осуществлению количественной и качественной оценки «поставщиков» потенциальных потребителей образовательных услуг ОО ВО. К таким «поставщикам» относятся общеобразовательные учебные заведения, учреждения СПО. В январе и феврале по результатам проведенного исследования и анализа деятельности конкурентов разрабатывается коммуникационная политика, начиная с определения целей коммуникаций и заканчивая формированием бюджета в соответствии с этими целями. В начале весны, после четкого позиционирования ОО ВО и его специальностей, целесообразным является проведение PR-мероприятий, таких как «День открытых дверей» для абитуриентов и совместно с работодателями «Ярмарка вакансий» для студентов выпускных курсов. В апреле и мае необходимо тщательно определять промежуточный уровень организационно-экономического потенциала, чтобы с его учетом в весенние и летние месяцы обеспечить максимально интенсивное воздействие на все субъекты рынка образовательных услуг и труда. В июле и августе проводится интенсивная работа приемной комиссии, а в конце лета обязательным является определение уровня конкурентоспособности ОО ВО уже на уровне профильного министерства и в результате – разработка и принятие оптимальных управленческих мероприятий, направленных на повышение эффективности функционирования ОО ВО во всех сферах ее деятельности.

Отдел маркетинга может непосредственно выполнять все указанные мероприятия предложенной дорожной карты. А также может действовать в тесной взаимосвязи с приемной комиссией и ректоратом в условиях полного доступа к полезной информации и своевременного обмена оперативными данными.

К главным функциям приемной комиссии, прежде всего, относятся

организация приемной кампании, проведение агитационной и профориентационной работы, разработка и реализация коммуникационных мероприятий.

В частности, рекламной кампании и PR-акций, оформления документов и зачисления абитуриентов на обучение в ОО ВО ректором осуществляется окончательное принятие управленческих решений: утверждение оптимальной стратегии повышения конкурентоспособности по организационно-экономическим аспектам и коммуникационной политике, а также контроль всех действий в рамках стратегических ориентиров функционирования ОО ВО.

Таким образом, комплексное и систематическое использование всех приведенных управленческих мер позволит ОО ВО не только успешно осуществлять образовательную и коммуникационную политику, увеличивая приток абитуриентов и максимально удовлетворяя их потребности относительно получения образования, но и достичь своей главной цели – обеспечение повышения уровня конкурентоспособности на рынках образовательных услуг и труда.

В управленческой деятельности ОО ВО важным является осуществление корректирующих, превентивных мер на основе разработки и принятия эффективных прогнозных решений по повышению конкурентоспособности на рынках образовательных услуг и труда.

С этих позиций актуальным является создание условий для перехода с одного уровня конкурентоспособности ОО ВО на другой (с существующего уровня на более высокий). Как отмечено ранее, обеспечение конкурентоспособности ОО ВО определяется как интегральный критерий, учитывающий уровень привлекательности рынка образовательных услуг в государстве, организационно-экономический потенциал и уровень востребованности выпускников рынком труда.

Выводы к главе 3

С целью формирования методического подхода к оценке обеспечения конкурентоспособности образовательной организации автором сформирован алгоритм определения уровня конкурентоспособности ОО ВО. В основе данного алгоритма лежат иерархическая структура обобщенных, интегрированных, групповых и единичных показателей деятельности ОО ВО, которая сформирована с учетом точки зрения удовлетворения потребителей образовательных услуг. К групповым организационно-экономическим показателям отнесены: доступность учреждения; репутация учреждения на внутреннем и международном уровнях; разнообразие образовательных услуг; социальная поддержка; компетенции персонала; научная составляющая и ее потенциал; материальное обеспечение образовательного процесса. При этом единичными показателями служат: доля выпускников учреждения в общем количестве выпускников ОО ВО; доля защит докторских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО; доля защит кандидатских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО; доля студентов победителей международных олимпиад и конкурсов от общего количества студентов ОО ВО; доля внедренных разработок (результатов научных исследований) на внешнем рынке от общего количества внедренных разработок ОО ВО и другие. В результате, данный методический подход к оценке организационно-экономического потенциала был апробирован на примере ОО ВО Луганской Народной Республики. Как итог, в соответствие с предложенной критериальной шкалой, все учреждения, кроме потенциала динамики развития ЛНУ им. В.Даля, находятся на среднем и низком уровнях. Данный показатель позволит в перспективе корректировать объемы КЦП для соответствующих ОО ВО.

Особое значение имеет разработка именно оптимальных решений, которые являются основой для принятия корректирующих и предупреждающих действий

по обеспечению надлежащего уровня конкурентоспособности учреждения. Управленческие решения в сфере предложения и предоставления образовательных услуг часто принимаются в условиях неопределенности, которая возникает вследствие недостаточной информации о состоянии рынка образовательных услуг в ЛНР, рынка труда, деятельности вузов-конкурентов и тому подобное. Но в данном случае предложенная методика оценки организационно-экономического потенциала позволит обосновать мероприятия по обеспечению конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования и выработать единую государственную политику в отношении ряда образовательных учреждений.

Установлено, что в сфере высшего образования процесс удовлетворения потребителей образовательной услугой целесообразно рассматривать как такой, что осуществляется в два этапа: первичное удовлетворение и конечное удовлетворение.

Эффективное удовлетворение потребностей потребителей образовательных услуг становится целевым ориентиром стратегии обеспечения конкурентоспособности ОО ВО, направленный на разработку и реализацию мероприятий по приросту ценности для потребителя услуги (абитуриента), работодателей, социальных групп и общества в целом, и влияет на уровень конкурентоспособности ОО ВО. Поэтому разработан организационно-экономический механизм реализации стратегии по обеспечению повышения уровня конкурентоспособности. Целевой функцией в рамках данного механизма является максимизация показателей организационно-экономического потенциала с целью выработки конкурентных преимуществ на рынках образовательных услуг и труда. Сущность предложенного механизма заключается в том, что благодаря целенаправленному применению экспертных оценок, социологических исследований и методического подхода к оценке уровня конкурентоспособности образовательной организации возможно воздействовать на уровень конкурентоспособности ОО ВО. При этом улучшать качество образовательных услуг, повышать степень первичного и конечного удовлетворения потребителей

образовательных продуктов с помощью мероприятий, разработанных по соответствующим единичным показателям организационно-экономического потенциала.

Определено, что задачи повышения конкурентоспособности отечественных ОО ВО должны решаться на всех уровнях управления образовательной деятельностью: как на уровне самого учреждения, так и может быть приоритетной задачей для Министерства образования и науки ЛНР. Соответственно, автором сформирована концепция построения иерархической организационной системы повышения уровня конкурентоспособности ОО ВО.

Применяя процессный подход, детализированы основные и вспомогательные процессы в рамках образовательной организации высшего образования. В результате, с помощью стратегической карты обоснована необходимость обеспечения такого показателя, как трудоустройство выпускников с учетом требований рынка труда.

Отмечается, что инновационная деятельность в сфере образования обеспечивает значительные конкурентные преимущества, большую устойчивость, способствует занятию лидирующих позиций на рынке образовательных услуг. В свою очередь, снижение технологического потенциала, потеря способности к адаптации новых технологических разработок ведут к ухудшению позиций на рынке, снижению объемов реализации услуг. Следовательно, необходимо приложить больше усилий по внедрению инновационных технологий в образовательный процесс и организовать работу по следующим взаимосвязанным организационно-экономическим аспектам: 1. Разработка стратегии повышения качества инновационной научно-образовательной деятельности. 2. Обеспечение доступности и гибкости инновационного обучения. 3. Организация сотрудничества и наполнение информационного пространства дистанционными курсами. 4. Региональная и государственная поддержка развития и внедрения современных образовательных технологий в учебный процесс.

Доказано, что одним из существенных аспектов по обеспечению конкурентоспособности ОО ВО является внедрение в основные бизнес-процессы

CRM-системы, позволяющей упростить процедуру приема абитуриентов.

В рамках процесса формирования коммуникационной политики именно отдел маркетинга или PR-служба должны разрабатывать мероприятия по обеспечению повышения конкурентоспособности ОО ВО и повышать ее репутацию. Для четкой и системной работы в указанном направлении рекомендуется реализовывать управленческие мероприятия и коммуникационные каналы. С этой целью разработан календарный цикл в виде дорожной карты реализации коммуникационной политики ОО ВО по обеспечению ее конкурентоспособности.

Основные положения третьей главы опубликованы в работах [135; 139; 146; 148; 149; 152].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие организационно-экономического потенциала образовательных организаций высшего образования, ориентированного на обеспечение повышения уровня конкурентоспособности образовательных услуг соответствующих организаций, позволяет сделать следующие выводы:

1. На основе систематизации подходов зарубежных и отечественных ученых к определению понятия «конкурентоспособность образовательной организации высшего образования» с учетом организационно-экономических составляющих данное понятие уточнено как способность организации занять свою нишу в конкретном сегменте, на рынке образовательных услуг, умение эффективно использовать организационно-экономические составляющие, а также иметь конкурентное преимущество перед другими предприятиями, удовлетворяя нужды потенциальных потребителей более качественным предоставлением образовательных услуг.

2. Определены основные организационно-экономические составляющие, которые обеспечивают повышение конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования именно в условиях становления экономики Луганской Народной Республики. К организационным составляющим отнесены маркетинговые исследования и стратегический анализ рынка образовательных услуг, обеспечение международного признания дипломов об образовании; проведение опросов абитуриентов относительно выбора образовательной организации и будущей профессии. К экономическим относятся: обеспечение современными технологиями процесса обучения; привлечение зарубежных абитуриентов и научно-педагогических кадров.

3. Систематизированы организационно-экономические составляющие, используемые при оценке уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования на международном уровне, которые являются

значимыми для условий Луганской Народной Республики. Также изучение зарубежного опыта в части повышения уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования позволило выделить важную роль государства в данном процессе посредством реализации специальных программ по привлечению иностранных студентов и преподавателей. Экономической составляющей является уровень оплаты за обучение и объемы контрольных цифр приема по определенным образовательным программам.

4. Представлено описание процесса формирования организационно-экономического механизма подготовки квалифицированных кадров и развития человеческих ресурсов через систему высшего образования Республики. Понимание работы данного механизма позволит реализовывать в стратегической перспективе концепцию развития высшего образования Республики, а также разработать алгоритм преодоления несбалансированности образовательной системы с реальными и перспективными потребностями экономики Республики.

5. Проведена оценка обеспечения конкурентоспособности ОО ВО на примере ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» с помощью стратегического подхода. Использование таких инструментов, как: 5 сил Портера, SNW-, PEST-анализ, анализ основных стейкхолдеров, дало возможность составить матрицу SWOT-анализа, где описаны составляющие по обеспечению конкурентоспособности данной организации на рынке образовательных услуг в Республике, что обосновывает необходимость применения адаптивной стратегии, стратегий проникновения на новый рынок и развития новых услуг, ориентированных на подготовку специалистов для IT-сектора.

6. Представлена оценка организационно-экономического потенциала ОО ВО на основе маркетингового подхода, включающего экспертные оценки и опросы студентов ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». В результате обоснована необходимость совершенствования таких составляющих (аспектов) образовательной услуги, как: международное признание документов об образовании; повышение уровня международного сотрудничества с увеличением показателя количества иностранных студентов; PR-программа для продвижения

услуг; повышение уровня остепененности ППС; увеличение количества публикаций в Web of Science или Scopus.

7. Обоснован методический подход к оценке обеспечения уровня конкурентоспособности образовательных организаций на основе соответствующего алгоритма расчета иерархической структуры обобщенных, интегрированных, групповых и единичных показателей деятельности ОО ВО и определения их организационно-экономического потенциала. Данный подход был апробирован на примере ОО ВО Луганской Народной Республики. По предложенной критериальной шкале все учреждения, кроме потенциала динамики развития ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В. Даля», находятся на среднем уровне.

8. Сформирован организационно-экономический механизм по реализации стратегии обеспечения повышения уровня конкурентоспособности ОО ВО. Целевой функцией такого механизма является улучшение качества предоставления образовательных услуг, повышение степени первичного и конечного удовлетворения потребителей образовательных продуктов с помощью мероприятий, разработанных по соответственным единичным показателям организационно-экономического потенциала. А обозначенный календарный цикл в виде дорожной карты формирования коммуникационной политики ОО ВО позволит системно реализовывать стратегию обеспечения повышения уровня конкурентоспособности.

Направления дальнейших исследований будут заключаться в разработке ресурсных стратегий развития образовательных организаций высшего образования в условиях интеграционных процессов Луганской и Донецкой Народных Республик.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аакер, Д. Бренд – лидерство: новая концепция брендинга / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. – 380 с.
2. Абабкова, М.Ю. Реализация концепции маркетинга в международном образовании / М.Ю. Абабкова // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2010. – № 5 (107). – С. 249-254.
3. Абрамкина, А.А. Система оценки конкурентоспособности образовательных услуг вузов / А.И. Ковалев, А.А. Абрамкина // Вестник Омского университета. – 2011. – № 2. – С. 34-45.
4. Адизес, И.К. Управление жизненным циклом корпораций / И.К. Адизес / пер. с англ. Под ред. В.Кузина. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 365 с.
5. Александров, А.Ю. Разработка алгоритма совершенствования образовательной деятельности как способ повышения конкурентоспособности на рынке образовательных услуг / А.Ю. Александров // Вестник НГИЭИ. – 2017. – № 12 (79). – С. 127-136.
6. Американская ассоциация маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx>. – Дата обращения 14.08.2019. – Загл. с экрана.
7. Амиров, Р.А. Экспорт образовательных услуг как важнейший фактор повышения конкурентоспособности и экономического развития страны / Р.А. Амиров // Управленческое консультирование. – 2018. – № 8. – С. 71-80.
8. Анализ пяти сил Портера: суть и примеры анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/810-analiz-pyati-sil-portera>. – Дата обращения 14.08.2019. – Загл. с экрана.
9. Анурьева, М.С. Современная система образования в области информационной безопасности в Российской Федерации / М.С. Анурьева //

Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 23, № 173.– С. 111-119.

10. Армстронг, Г. Маркетинг: учебн. пособ. / Г. Армстронг, Ф. Котлер; пер. с англ. – 5-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 608 с.

11. Ананишнев, В.М. Маркетинг образовательных услуг / В.М. Ананишнев. – Москва: Научно-издательский центр "Инженер", 2015. – 348 с.

12. Афоничкин, А.И. Модели и методы оценки уровня маркетингового потенциала экономической системы / А.И. Афоничкин, Е.Н. Колесник // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2013. – № 2 (28). – С. 115-119.

13. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев, Х. Анн, В.М. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2005. – 736 с.

14. Балабанова, Л.В. SWOT-анализ – основа формирования маркетинговых стратегий: учебн. пособ. / Л.В. Балабанова; 2-е изд. перераб. и доп. – К.: Знание, 2005. – 301 с.

15. Банслова, В.Б. Российский рынок образовательных услуг: этапы и факторы его развития / В.Б. Банслова // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 4 (60). – С. 201-206.

16. Банслова, В.Б. Исследования рынка услуг в области бизнес-образования и разработка инструментов их продвижения: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Банслова Виктория Борисовна. – СПб.: ИПК СПбГТЭА, 1999. – 217 с.

17. Баранчев, В.П. Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия / В.П. Баранчев, С.Г. Стрижов // Маркетинг. – 1996. – № 5. – С. 42-50.

18. Барзаева, М.А. Актуальные проблемы развития современного образования в России / М.А. Барзаева, Э.А. Абдулазизова // Молодой ученый. – 2015. – № 8. – С. 463-465.

19. Беганская, И.Ю. Управление человеческими ресурсами как особый вид профессиональной деятельности / И.Ю. Беганская // Менеджер. – 2014. – № 4. – С. 36-46.

20. Беганська, І.Ю. Організація інформаційно-аналітичного забезпечення регіональних органів управління освітою / І.Ю. Беганська // Менеджер. – 2012. – № 1. – С. 221-227.
21. Белкин, В.Г. Развитие академического предпринимательства в некоторых странах АТР (по материалам научных публикаций) / В.Г. Белкин, Бабак Л.Н., Е.В. Хегай, И.Д. Филаткина // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2016. – № 2. – С. 99-111.
22. Бочков, Д.В. Управление образовательной организацией на основе комплексной оценки эффективности ее деятельности / Д.В. Бочков, Е.В. Горбачева // Молодой ученый. – 2015. – № 22. – С. 355-358.
23. Ванькина, И.В. Маркетинг образования: учебн. пособ. / И.В. Ванькина, А.П. Егоршин, В.И. Кучеренко. – М.: Унив. книга; Логос, 2007. – 336 с.
24. Верига, А.В. Конкурентоспособность образовательной организации на рынке образовательных услуг / А.В. Верига, Ю.А. Мишина // Менеджер. – 2016. – № 3 (77). – С. 183-192.
25. Великая хартия европейских университетов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bolognaby.org/images/Library/Magna_Carta_Universitatum_ru.pdf. – Дата обращения 28.12.2019. – Загл. с экрана.
26. Ващенко, Н.В. Многоаспектность интерпретации экономической категории «конкурентный потенциал предприятия» / Н.В. Ващенко, С.Ю. Еремеев // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2018. – Вып. 7. – С. 17-22.
27. Ващенко, Н.В. Развитие конкурентоспособности образовательных организаций высшего профессионального образования / Н.В. Ващенко // Торговля и рынок. – 2020. – № 4 (51). – С. 64-70.
28. Возиянова, Н.Ю. Институт среднего профессионального образования как субъект рынка образовательных услуг Донецкой Народной Республики / Н.Ю. Возиянова, И.Е. Доронина // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3, т. 2 (43). – С. 10-

15.

29. Возиянова, Н.Ю. Интернет-ресурсы как инструмент реализации коммуникационной маркетинговой стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – Вып. 3 (76). – С. 237-251.

30. Возиянова, Н.Ю. Способы формирования имиджа в маркетинговой стратегии учреждения дополнительного профессионального образования / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Практический маркетинг. – 2019. – № 4 (266). – С. 29-37.

31. Войчак, А.В. Маркетинговый менеджмент: учебник / А.В. Войчак. – К: КНЕУ, 2008. – 265 с.

32. Волошин, А.В. Конкурентоспособность организаций высшего образования на рынке образовательных услуг: методический подход к оценке / А.В. Волошин Ю.Л. Александров // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 12 (часть 1). – С. 181-186.

33. Волошин, А.В. Концептуальный подход к механизму формирования конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования / А.В. Волошин, Ю.Л. Александров // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 9-1. – С. 153-158.

34. Волошин, А.В. Особенности формирования конкурентоспособности организаций на рынке образовательных услуг высшего образования / А.В. Волошин // Проблемы развития социальной сферы в России и за рубежом: сб. науч. трудов. – 2017. – С. 250-266.

35. Воронина, А.С. Российское образование: реалии, проблемы, тенденции / А.С. Воронина // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2. – С. 408-412.

36. Галичин, В.А. Международный рынок образовательных услуг: основные характеристики и тенденции развития / В.А. Ганич // Век глобализации.

– 2013. – № 2. – С. 101-112.

37. Гаркавенко, С.С. Маркетинг: учебник для вузов / С.С. Гаркавенко. - 5-е изд. доп. – Киев: Либра, 2007. – 720 с.

38. Герасимова, А.Ю. Развитие будущего профессионала в образовательном пространстве ВУЗа / А.Ю. Герасимова // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития: материалы международной научно-практической очно-заочной конференции 22-23 мая, г. Санкт-Петербург / Отв. ред. С.В. Бойко / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 2014. – С. 132-134.

39. Гид по специальностям РТУ МИРЭА [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://priem.mirea.ru/guide/?utm_source=vk&utm_medium=priem_19&utm_campaign=augst_19&level=bach-spec. – Дата обращения 12.04.2020. – Загл. с экрана.

40. Головцова, И.Г. Особенности организационно-экономического механизма системы управления качеством образовательной деятельности / И.Г. Головцова // Век качества. – 2013. – № 4. – С. 35-37.

41. Гончаров, В.Н. Информационные экстерналии как внешние воздействия на человеческий капитал / В.Н. Гончаров, Е.Ю. Шалевская // Научный вестник Государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет». – 2018. – № 1. – С. 365-374.

42. Гончаров, В.Н. Механизм государственного управления качеством услуг высшего образования: международный опыт / В.Н. Гончаров, Т.Витковский, А.Е. Пожидаев // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 3 (2). – С. 282-285.

43. Гончаров, В.Н. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе маркетинговой деятельности / В.Н. Гончаров, Е.В. Курипченко // Организатор производства. – 2016. – № 2 (69). – С. 79-84.

44. Гордин, В.Э. Применение теории стейкхолдеров в системе управления

услугами фестивалей культуры / В.Э. Гордин, Л.В. Хорева, М.А. Дедова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – № 45. – С. 56-65.

45. Государственная поддержка высшего образования в Китае (по новой программе Китая) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chenggong.moscow/articles/31>. – Дата обращения: 25.09.2019. – Загл. с экрана.

46. Гречина, И.В. Маркетинг образовательных услуг в зарубежных странах / И.В. Гречина, О.Н. Пономаренко // Торговля и рынок. – 2018. – Вып. № 3 (47), т. 2. – С. 78-88.

47. Гурий, П.С. Образ будущего места работы и предстоящей жизнедеятельности новое средство вовлечения студентов в реальное дипломное проектирование / П.С. Гурий // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2014. – № 2 (8). – С. 83-86.

48. Данилова, С.В. Оценка конкурентоспособности образовательных услуг / С.В. Данилова // Креативная экономика. – 2013. – № 7 (79). – С. 117-126.

49. Дворецков, А.С. Школы будущего в России показали на выставке Build School 2017 [Электронный ресурс] / А.С. Дворецков // Вести. Культурно-политический журнал. – 2017. – Режим доступа: <http://www.e-vesti.ru/ru/shkoly-budushhego-v-rossii/>. – Дата обращения 15.04.2020. – Загл. с экрана.

50. Девизы университетов мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://atsinis.livejournal.com/27764.html>. – Дата обращения 12.04.2020. – Загл. с экрана.

51. Демцура, С.С. Рынок образовательных услуг и современные тенденции развития образования в России / С.С. Демцура, Е.Ю. Дмитриева, Л.А. Полуянова // Балтийский гуманитарный журнал. – 2017. – Т. 6. – № 2 (19). – С. 114-117.

52. Дойль, П. Маркетинг-менеджмент и стратегия / П. Дойль; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.

53. Доклад ректора МЭСИ В.П. Тихомирова [Электронный ресурс] // Сайт «Некоммерческое партнерство. Гильдия маркетологов». – Режим доступа: <http://www.marketologi.ru/lib/mou03.html>. – Дата обращения 12.04.2020. – Загл. с экрана.

54. Дорофиенко, В.В. Реформирование кадровой политики как основа повышения эффективности управленческой деятельности в Донецкой Народной Республике / В.В. Дорофиенко, Т.Н. Бегункова // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы Международной научно-практической конференции. 6-7 июня, 2017 г., г. Донецк. Секция 2: Менеджмент образования: реалии и перспективы / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – С. 63-65.

55. Жданкина, И.Ю. Предпосылки и факторы, влияющие на конкурентоспособность образовательных услуг организаций высшего образования / И.Ю. Жданкина // Вектор науки ТГУ. – 2018. – № 4. – С. 30-32.

56. Железовская, О.С. Пути и способы повышения конкурентоспособности предприятия / О.С. Железовская, А.В. Полякова, В.А. Степаненко // Символ науки. – 2016. – № 3. – С. 64-66.

57. Завиваев, Н.С. Определение оценки конкурентоспособности в сфере инфокоммуникационных услуг / Н.С. Завиваев, Е.А. Шамин. – 2013. – № 1. – С. 41-51.

58. Зорина, М.С. Государственная координационная политика подготовки специалистов / М.С. Зорина // Менеджер. – 2018. – № 2 (84). – С. 72-79.

59. Зорина, М.С. Государственное регулирование формирования системы ценностей, знаний и компетенций сферы образовательных услуг в условиях их коммерциализации / М.С. Зорина, В.В. Жильченкова // Статистические методы исследования социально-экономических и экологических систем региона: материалы I Междунар. науч.-практ. конф.: вып. 1 в 2 т. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2017. – Том II. – С. 436-439.

60. Зорина, М.С. Организационно-экономические формы развития управленческой системы образовательной организации / М.С. Зорина, А.В. Кретова // Сборник научных работ серии «Государственное управление». Вып. 16: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2019. – С. 6-15.

61. Зорина, М.С. Парадигма оптимизации регионального рынка труда в процессе автоматизации кадрового аудита / М.С. Зорина, Е.М. Куропаткина // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – № 3. – С. 102-108.

62. Исаева, Т.Е. Учебная нагрузка преподавателя вуза и другие факторы, влияющие на эффективность его профессиональной деятельности / Т.Е. Исаева // Общество: социология, психология, педагогика. – 2016. – № 3. – С. 76-79.

63. Исаева, Т.Е. Явление «образовательной лихорадки» в системах высшего профессионального образования ряда восточноазиатских стран в ракурсе компетентностного подхода / Т.Е. Исаева // Общество: социология, психология, педагогика. – 2019. – № 4. – С. 99-102.

64. Как продвигать образовательные проекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smmplanner.com/blog/kak-prodvigat-obrazovatelnye-proekty/>. – Дата обращения 07.04.2020. – Загл. с экрана.

65. Какие профессии будут востребованы через 5-7 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iqconsultancy.com.ua/articles/kakie-professii-budut-vostrebovany-cherez-5-7-let/>. – Дата обращения 12.04.2020. – Загл. с экрана.

66. Капитанец, С.В. Регионализации и конкурентоспособность высших учебных заведений в условиях евроинтеграции / С.В. Капитанец // Теория и практика евроинтеграционных процессов высшего образования и науки: материалы междунар. научн.-практ. конф., 21-25 октября 2005 г. – Ужгород, 2005. – С. 1-6.

67. Кехян, М.Г. Воздействие различных факторов на инновационное развитие вуза / М.Г. Кехян // Вопросы инновационной экономики. – 2015. – Том 5.

– № 4. – С. 189-206.

68. Кинелев, В.Г. Региональная политика в области высшего образования: какой ей быть / В.Г. Кинелев // Высшее образование в России. – 2013. – № 4. – С. 14-24.

69. Киреева, Н.С. Повышение конкурентоспособности вузов: международный опыт академического предпринимательства / Н.С. Киреева, Е.В. Слепенкова, Т.С. Шипунова, Р.А. Искандарян // Российское предпринимательство. – 2017. – № 20. – С. 2910-2922.

70. Киселева, М.В. Вовлечение обучающихся ВУЗа в оценку и повышение качества образования / М.В. Киселева // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2016. – № 3. – С. 142-147.

71. Коваленко, А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях / А.И. Коваленко // Современная конкуренция. – 2013. – № 6. – С. 65-79.

72. Количество студентов в вузах Республики выросло на две тысячи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtrklnr.com/2018/12/25/kolichestvo-studentov-v-vuzax-respubliki-vyroslo-na-dve-tysyachi/>. – Дата обращения 12.04.2020. – Загл. с экрана.

73. Конституция Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://glava-lnr.info/dokumenty/konstituciya>. – Дата обращения: 12.01.2020. – Загл. с экрана.

74. Коржавина, Н.П. Конкурентоспособность вузов на рынке образовательных услуг и рынке труда: взаимосвязь компонентов и показателей / Н.П. Коржавина, В.А. Леонгардт, О.А. Чикова // Педагогическое образование в России. – 2016. – № 8. – С. 144-147.

75. Корчагова, Л.А. Оценка конкурентоспособности вуза / Л.А. Корчагова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 48-54.

76. Коршунов, Л. Университетское международное сотрудничество:

процесс интернационализации в мире и на региональном уровне / Л. Коршунов, О. Хомутов, Н. Никонов, Е. Никонова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2009. – 240 с.

77. Косевич, А.В. К вопросу повышения конкурентоспособности России на мировом рынке образовательных услуг / А.В. Косевич, В.О. Кожина // Вестник Международного института экономики и права. – 2016. – № 1 (22). – С. 91-98.

78. Костровец, Л.Б. Кадры управления: теоретические основы, особенности и подготовка в системе образования / Л.Б. Костровец // Менеджер. – 2014. – № 3. – С. 89-98.

79. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – 12 изд. – СПб: Питер, 2008. – 945 с.

80. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.

81. Крамаренко, И.В. Тенденции развития рынка новых образовательных технологий / И.В. Крамаренко // Вестник университета. – 2020. – № 2. – С. 49-57.

82. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг образовательных услуг: учебное пособие для магистров / Е.Е. Кузьмина. – М.: Издательство Юрайт. – 2012. – 330 с.

83. Лепкина, Е.Д. Теория и методология обеспечения конкурентоспособности учреждений высшего профессионального образования: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Елена Дмитриевна Лепкина. – Екатеринбург. – 2010. – 429 с.

84. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: 2009. – 464 с.

85. Лукьянец, Т.И. Рекламный менеджмент: учебн.-метод. пособ. для самост. изуч. дисц. / Т.И. Лукьянец. – К.: КНЕУ, 2002. – 200 с.

86. Ляско, В.И. Стратегическое планирование развития предприятия / В.И. Ляско. – М.: Экзамен, 2016. – 288 с.

87. Мак-Дональд, М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – СПб.: Питер, 2005. – 272 с.

88. Маркетинг образовательных услуг: монография / под общ. ред. д-ра

экон. наук, профессора О.В. Прокопенко. – Ruda Śląska: «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2016. – 168 с.

89. Маркетинговая деятельность учреждения профессионального образования: коллективная монография / под ред. А.А. Саламатова. – Челябинск: ЧГПУ. – 2012. – 103 с.

90. Мезенцева, С.А. Оптимизация системы управления предприятием на основе информационно-коммуникационных технологий / С.А. Мезенцева // Торговля и рынок. – 2016. – Вып. 2, т. 1 (40). – С. 137-145.

91. Мишина, Ю.А. Образовательная услуга высшей школы в условиях рынка / Ю.А. Мишина // Материалы XVII межд. науч.-практ. конф. «Формирование современного экономического образа мышления: теория, практика, паттерны поведения, просвещение». Сборник материалов конференции. – Курск: Издательство Курского института менеджмента, экономики и бизнеса, 2017. – С. 105-110.

92. Министерство образования и науки ЛНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minobr.su/>. – Дата обращения: 09.04.2020. – Загл. с экрана.

93. Минобрнауки рекомендовало вузам перейти на дистанционное обучение // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/15/03/2020/5e6e5e109a794717a5e86d27>. – Дата обращения: 12.01.2020. – Загл. с экрана.

94. Моисеева, Н. Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения / Н. Моисеева, Н. Пискунова, Г. Костин // Маркетинг. – 1999. – № 5. – С. 77-89.

95. Мониторинг качества приема в ВУЗы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ege.hse.ru/stata_2019. – Дата обращения: 12.01.2020. – Загл. с экрана.

96. Мохначев, С.А. Современные тенденции развития управления конкурентоспособностью вуза / С.А. Мохначев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 1. – С. 67-71.

97. Население Германии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://countrysimeters.info/ru/Germany#population_2020. – Дата обращения: 29.01.2020. – Загл. с экрана.

98. Научная электронная библиотека eLibrary / общие показатели по ЛНУ имени Тараса Шевченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://www.elibrary.ru/org_profile.asp?id=974. – Дата обращения: 29.01.2020. – Загл. с экрана.

99. Научная электронная библиотека eLibrary / общие показатели по ДонНУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/org_profile.asp?id=4699. – Дата обращения: 29.01.2020. – Загл. с экрана.

100. Неборский, Е. Зарубежный опыт интеграции образования, науки и бизнеса / Е. Неборский // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2012. – Вып. 11. – С. 33-40.

101. Новаторов, Э. В. КАЧОБРУС: маркетинговый инструмент для измерения качества образовательных услуг / Э. В. Новаторов // Маркетинг. – 2001. – № 6. – С. 54-67.

102. Новости ассоциации молодых ученых [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobr.su/activities/amu/>. – Дата обращения: 29.01.2020. – Загл. с экрана.

103. О жизни в США и иммиграции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rubic.us/studentov-inostrantsev-v-ssha-stalo-na-42-menshe>. – Дата обращения: 29.01.2020. – Загл. с экрана.

104. О квалификационных требованиях к должностям государственных гражданских служащих Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]: Указ Главы Луганской Народной Республики от 07 октября 2015 года № 510/02/10/15 : по состоянию на 15 октября 2019 г. – Режим доступа: ug-info.com/documents/one/ukaz-glavy-lnr-o-kvalifikatsionnykh-trebovaniyakh-k-dolzhnostyam-gosudarstvennykh-grazhdanskikh-sluzhaschikh-lnr-689. – Дата

обращения: 15.10.2019. – Загл. с экрана.

105. О продолжительности рабочего времени (нормах часов педагогической работы за ставку заработной платы) педагогических работников и о порядке определения учебной нагрузки педагогических работников, оговариваемой в трудовом договоре [Электронный ресурс]: Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 декабря 2014 года № 1601: [зарегистрирован в Минюсте России 25 февраля 2015 года № 36204] : по состоянию на 15 октября 2019 г. // Городской методический центр. – Режим доступа: <https://mosmetod.ru/metodicheskoe-prostranstvo/documenti/prikaz-minobrnauki-rf-ot-22-dekabrya-2014-g-1601-o-prodolzhitelnosti-rabochego-vremeni-normakh-chasov-pedagogicheskoy-raboty-za-stavku-zarabotnoj-platy-pedagogiche.html>. – Дата обращения: 15.10.2019. – Загл. с экрана.

106. О рейтинге высших учебных заведений [Электронный ресурс]: Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 26 февраля 2001 года № 631 : по состоянию на 15 декабря 2019 г. // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901854540>. – Дата обращения: 15.12.2019. – Загл. с экрана.

107. Об образовании [Электронный ресурс]: Закон Луганской Народной Республики № 128-П: [принят постановлением Народного Совета от 30 сентября 2016 года № 584 : по состоянию на 15 декабря 2019 г.] // Официальный сайт Народного Совета Луганской Народной Республики. – Режим доступа: [https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/3606/..](https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/3606/) – Дата обращения: 15.12.2019. – Загл. с экрана.

108. Об установлении организациям, осуществляющим образовательную деятельность, контрольных цифр приема по профессиям, специальностям и направлениям подготовки и (или) укрупненным группам профессий, специальностей и направлений подготовки для обучения по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования за счет

бюджетных ассигнований Государственного бюджета Луганской Народной Республики на 2018-2019 учебный год [Электронный ресурс]: приказ МОН ЛНР от 28 апреля 2018 года № 420-ОД: по состоянию на 20 декабря 2019 г. // Официальный сайт Министерства образования и науки Луганской Народной Республики. – Режим доступа: <https://minobr.su/docs/laws/1996-prikaz-mon-lnr-420-od-ot-28042018.html>. – Дата обращения: 20.12.2019. – Загл. с экрана.

109. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2017 года № 1642 : по состоянию на 20 декабря 2019 г. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/313b7NaNS3VbcW7qWYslEDbPCuKi6lC6.pdf>. – Дата обращения: 20.12.2019. – Загл. с экрана.

110. Об утверждении Порядка распределения и трудоустройства выпускников образовательных организаций (учреждений) среднего профессионального и высшего образования, подготовка которых осуществлялась за счет средств Государственного бюджета Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]: Постановление Совета Министров Луганской Народной Республики от 07 августа 2018 года № 479/18 : по состоянию на 20 декабря 2019 г. // Официальный сайт Министерства образования и науки Луганской Народной Республики. – Режим доступа: <https://minobr.su/docs/3596-postanovlenie-479-18-ot-07082018.html>. – Дата обращения: 20.12.2019. – Загл. с экрана.

111. Об утверждении состава Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]: Распоряжение Совета Министров Луганской Народной Республики от 03 октября 2017 года № 1100-р/17 : по состоянию на 19 января 2020 г. // Официальный сайт Министерства образования и науки Луганской Народной Республики. – Режим доступа: <https://minobr.su/attcom/1526-rasporyazhenie-soveta-ministrov-lnr-ot-03102017-1100-r-17.html>. – Дата обращения: 19.01.2020. – Загл. с экрана.

112. Ободец, Р.В. Опыт работы инновационной структуры поддержки предпринимательства на примере Донецкого городского бизнес-инкубатора с возможностью внедрения таких структур в экономику стран СНГ / Р.В. Ободец // Научный журнал «Вестник университета Туран». – 2011. – № 4 (52). – С. 17-24.

113. Ободец, Р.В. Оценка человеческого капитала на основе глобальных экономических рейтингов (на примере России и Украины) / Р.В. Ободец, А.А. Мальцева // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. Вып. 1. Ч. I. – Тула: ТулГУ, 2014. – С. 15-22.

114. Оболенская, Т.Е. Маркетинг образовательных услуг: отечественный и зарубежный опыт / Т.Е. Оболенская. – К.: КНЕУ, 2001. – 208 с.

115. Образовательные организации высшего образования ЛНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobr.su/uchrejdeniya-ou-vo.html>. – Дата обращения: 20.12.2019. – Загл. с экрана.

116. Объявления о защите диссертаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobr.su/attcom/obyavleniya-o-zaschite-dissertaciy/page/5/>. – Дата обращения: 07.04.2020. – Загл. с экрана.

117. Омельянович, Л.А. Глобализация: взаимосвязи и взаимозависимости / Л.А. Омельянович, Г.Е. Долматова // Экономика, предпринимательство и право. – 2016. – Т. 6. № 4. – С. 331-340.

118. Официальный сайт МОН ЛНР / План работы на 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobr.su/materials/1278-plan-raboty-mon-lnr-na-2020-god.html>. – Дата обращения: 07.11.2020. – Загл. с экрана.

119. Официальный сайт ГОУ ВПО «ДонНУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://donnu.ru/today>. – Дата обращения: 07.01.2020. – Загл. с экрана.

120. Официальный сайт ГОУ ВПО ЛНР «ЛНУ имени Тараса Шевченко» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ltsu.org/>. – Дата обращения: 07.01.2020. – Загл. с экрана.

121. Пальчиков, А.Н. Проблемы высшего образования, пути их решения /

А.Н. Пальчиков, А.С. Громцев // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2015. – № 2. – С. 35-49.

122. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учеб. для студентов / А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2006. – 656 с.

123. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг / А.П. Панкрухин // Маркетинг в России и за рубежом. – 1997. – Июль-август. – С. 82-88.

124. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: учебн. пособ. / А.П. Панкрухин. – М.: Интерпракс, 1995. – 240 с.

125. Панфилова, Т.С. Методологические основы оценки конкурентоспособности предприятия / Т.С. Панфилова, Е.Г. Норова // Менеджер. – 2002. – № 3 (19). – С. 32-38.

126. Пекер, И.Ю. Рынок высшего образования в России: привлекательность и тенденции развития / И.Ю. Пекер // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 4. – С. 1-4.

127. Перечень рецензируемых научных изданий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobr.su/attcom/perechen-recenziruemyh-nauchnyh-izdaniy/2748-perechen-recenziruemyh-nauchnyh-izdaniy-v-kotoryh-dolzhen-byt-opublikovany-osnovnye-nauchnye-rezultaty-dissertaciy-na-soiskanie-uchenoy-stepeni-kandidata-nauk-na-soiskanie-uchenoy-stepeni-do.html>. – Дата обращения: 07.01.2020. – Загл. с экрана.

128. Повалко, А. Программа повышения конкурентоспособности вузов / А. Павленко // Образование: цели и перспективы. – 2015. – № 12. – С. 91-96.

129. Попов, Е.А. Управление качеством высшего образования в условиях модернизации высшего образования в России / Е.А. Попов // Политика и общество. – 2011. – № 4 (76). – С. 95-100.

130. Портер, М.Э. Конкуренция / М.Э. Портер. – М: Издательство Дом «Вильямс», 2016. – 496 с.

131. Попова, И.В. Роль инновационных технологий в образовательном

процессе / С.В. Тарабановская, И.В. Попова // *European Reforms Bulletin*. – 2016. – № 3. – Р. 39-42.

132. Попова, И.В. Терминологический анализ основных понятий маркетинга в сфере высшего образования / С.В. Тарабановская, И.В. Попова // *Экономика: теория и практика*. – 2018. – № 3 (51). – С. 107-113.

133. Попова, И.В. Формирование конкурентоспособности высших образовательных учреждений / И.В. Попова // *Вестник Луганского национального университета имени Тараса Шевченко: сборник научных трудов* / гл. ред. Е.Н. Трегубенко; вып. ред. Н.В. Вострякова; ред. сер. А.Е. Пожидаев. – Луганск: Книта, 2019. – № 2 (26): Серия 5. География. Экономика. Туризм. – С. 91-96.

134. Попова, И.В. Маркетинговые стратегии как инструмент достижения цели высшего учебного заведения / С.В. Тарабановская, И.В. Попова // *Современные фундаментальные и прикладные исследования*. – 2018. – № 1 (28). – С. 52-56.

135. Попова, И.В. Маркетинговый потенциал как условие повышения уровня конкурентоспособности высших образовательных учреждений / В.Н. Гончаров, И.В. Попова // *Тенденции развития науки и образования*. – 2020. – № 66. Ч. 3. – С. 190-195.

136. Попова, И.В. Зарубежный опыт оценки и развития организационно-экономических составляющих образовательных организаций высшего образования / И.В. Попова // *Менеджер*. – 2019. – № 4 (90). – С. 87-93.

137. Попова, И.В. Организационные составляющие повышения уровня конкурентоспособности высшего образовательного учреждения / И.В. Попова // *Сборник научных работ серии «Государственное управление»*. Вып. 15: *Экономика и управление народным хозяйством* / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2019. – С. 235-245.

138. Попова, И.В. Организационно-экономические составляющие выбора абитуриентами будущей профессии на примере Российской Федерации / И.В. Попова // *Вестник Луганского национального университета имени Тараса*

Шевченко: сборник научных трудов / гл. ред. Е.Н. Трегубенко; вып. ред. А.В. Вербовский; ред. сер. А.Е. Пожидаев. – Луганск: Книта, 2020. – № 2 (48): Серия 5. География. Экономика. Туризм. – С. 92-97.

139. Попова, И.В. Методический подход к оценке конкурентоспособности образовательной организации высшего образования в Луганской Народной Республике / И.В. Попова // Сборник научных работ серии «Экономика». Вып. 18: Стратегические приоритеты развития территорий / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2020. – С. 175-184.

140. Попова, И.В. Влияние маркетинговых коммуникаций на конкурентоспособность высшего учебного заведения / И.В. Попова // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: сборник научных статей. – Вып. 8 / ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. экономики предприятия / отв. ред. Л.И. Донец. – Донецк: ФЛП Кириенко С.Г., 2019. – С. 43-46.

141. Попова, И.В. Актуальные вопросы повышения конкурентоспособности высшего учебного заведения / И.В. Попова, Е.В. Степаненко // Маркетинг XXI столетия: проблемы и стратегии развития. Сборник тезисов научных докладов // Материалы II-ой международной науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых, 15 декабря, 2016 г., г. Луганск. – Луганск: Изд-во ЛНУ им. В. Даля, 2016. – С. 125-128.

142. Попова, И.В. Влияние качества высшего образования на конкурентоспособность вуза / И.В. Попова // Актуальные вопросы социально-гуманитарных наук»: межвузовский научный сборник материалов заочной международной науч.-практ. конф. «Россия и мир XXI века в зеркале социально-гуманитарных исследований», 31 марта, 2017 г., г. Воронеж. Выпуск 15. – Воронеж: ВИВТ-АНОО ВО, 2017. – С. 110-112.

143. Попова, И.В. Анализ структуры маркетингового потенциала высших образовательных организаций / И.В. Попова // Актуальные вопросы социально-гуманитарных наук: межвузовский научный сборник материалов заочной

международной науч.-практ. конф. «Россия и мир XXI века в зеркале социально-гуманитарных исследований», 26 марта, 2020 г., г. Воронеж. Выпуск 18. – Воронеж: ВИВТ-АНОО ВО, 2020. – С. 140-142.

144. Попова, И.В. Особенности формирования рынка образовательных услуг Луганского региона / И.В. Попова // Экономика и право: становление, развитие, трансформация: сборник научных трудов II Международной научно-практической интернет-конференции, 28 апреля, 2017 г., Макеевка, Том 1 / МЭГИ. – Макеевка: МЭГИ, 2017. – С. 221-224.

145. Попова, И.В. Образовательная услуга как объект маркетинговой деятельности в вузе / И.В. Попова // Актуальные вопросы социально-гуманитарных наук: межвузовский научный сборник тезисов заочной международной научно-практической конференции, 30 марта, 2018 г., г. Воронеж. Выпуск 16. – Воронеж: ВИВТ-АНОО ВО, 2018. – С. 136-139.

146. Попова, И.В. PR как один из важных элементов маркетинговых коммуникаций вуза / С.В. Тарабановская, И.В. Попова // Научный диалог: Экономика и менеджмент. Сборник научных трудов по материалам XIII международной науч.-практ. конф. 8 марта, 2018 г., г. Санкт-Петербург. – Санкт-Петербург: ЦНК МОАН, 2018. – С. 8-11.

147. Попова, И.В. Маркетинг образовательных услуг как новое направление деятельности вуза / И.В. Попова // Актуальные проблемы экономического развития и управления региональной экономикой: материалы научно-практической конференции, приуроченной к Дням науки, 18-19 апреля, 2018 г., г. Луганск / Под ред. канд. экон. наук, доцента И.А. Денисенко. – Луганск: Книта, 2018. – С. 112-114.

148. Попова, И.В. Качество образовательных услуг как необходимое условие повышения уровня конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования / В.Н. Гончаров, И.В. Попова // Сборник научных работ серии «Экономика». Вып. 21: Инновационные подходы к формированию экономических моделей развития. – Донецк: ГОУ ВПО

«ДонАУиГС», 2021. – С. 46-54.

149. Попова, И.В. Роль маркетинговой среды в деятельности высших образовательных учреждений / И.В. Попова // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы. Сборник трудов XIII международной науч.-практ. конф., УО «Полесский государственный университет», 26 апреля, 2019 г., г. Пинск / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2019. – С. 172-174.

150. Попова, И.В. Зарубежный опыт применения маркетинга в сфере высшего образования / И.В. Попова // Perspectives of World Science and Education. Abstracts of I International Scientific and Practical Conference, 2-4 October, 2019, Osaka, Japan. – Osaka: CPN Publishing Group, 2019. – P. 171-177.

151. Попова, И.В. Организационные составляющие повышения уровня конкурентоспособности высшего образовательного учреждения / И.В. Попова // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы международной научно-практической конференции, 30-31 октября, 2019 г., г. Донецк // ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2019. – С. 217-222.

152. Попова, И.В. Организационные составляющие развития системы высшего образования / И.В. Попова // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы IV международной науч.-практ. конф., 3-4 июня, 2020 г., г. Донецк. Секция 1: Стратегическое управление развитием экономики / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2020. – С. 266-268.

153. Почему иностранные студенты выбирают Германию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dw.com/ru/почему-иностраные-студенты-выбирают-германию/a-50037600>. – Дата обращения: 07.01.2020. – Загл. с экрана.

154. Предметный рейтинг научной продуктивности вузов – 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.acexpert.ru/analytics/ratings/predmetniy-reyting-nauchnoy-produktivnosti-vuzov---1.html>. – Дата обращения: 17.03.2020. – Загл. с экрана.

155. Проект повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://5top100.ru/>. – Дата обращения: 17.03.2020. – Загл. с экрана.

156. Проектирующее образование: концептуальные основы формирования методического обеспечения подготовки магистров: монография / коллект. авторов: И.В. Сименко, Л.А. Сухарева и др. – Донецк, 2018. – 277 с.

157. Пунгин, И.В. Систематизация показателей оценки конкурентоспособности и эффективности на основании целевого подхода / И.В. Пунгин, В.С. Пунгина // Современная конкуренция. – 2010. – № 1. – С. 46-55.

158. Пушкарева, Е.А. О современных проблемах развития теории и практики образовательного процесса / Е.А. Пушкарева, Ю.В. Пушкарев // Философия образования. – 2010. – № 4 (33). – С. 45-51.

159. Регистрируемый рынок труда ЛНР в январе-ноябре 2019 года. Фонд социального страхования на случай безработицы ЛНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fssblnr.su/4048-registriruemyy-rynok-truda-luganskoj-narodnoy-respubliki-v-yanvare-noyabre-2019-goda.html>. – Дата обращения: 17.03.2020. – Загл. с экрана.

160. Реестр ВУЗов РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vuz.edunetwork.ru/cities>. – Дата обращения: 17.03.2020. – Загл. с экрана.

161. Резник, С.Д. Рейтинг высшего учебного заведения как метод оценки его репутации / С.Д. Резник, Т.А. Юдина, В.Г. Камбург // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2012. – № 28. – С. 488-493.

162. Романова, И.Б. Современные тенденции развития высшего профессионального образования / И.Б. Романова, А.А. Байгулова // Креативная экономика. – 2010. – № 6 (42). – С. 91-96.

163. Российский статистический ежегодник. 2018: Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. – 694 с.

164. Россия в цифрах. 2018: Крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 511 с.
165. Сагинова, О.В. Показатели конкурентоспособности вузов / О.В. Сагинова // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2017. – № 4. – С. 116-125.
166. Сагинова, О.В. Интернационализация высшего образования как фактор конкурентоспособности / О.В. Сагинова // Гильдия маркетологов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketologi.ru/>. – Дата обращения: 17.03.2019. – Загл. с экрана.
167. Саяпина, Н.Н. Оценка качества образовательных услуг вуза / Н.Н. Саяпина // Омский научный вестник. – 2012. – № 4 (111). – С. 90-94.
168. Селезнева, Н.А. Качество высшего образования как объект системного исследования. Лекция-доклад. Изд. 3-е. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2003. – 95 с.
169. Сименко, И.В. Система управления субъектом хозяйствования: системный подход к обоснованию структурных элементов / И.В. Сименко, И.Н. Пальцун // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 4 (44). – С. 193-202.
170. Система высшего образования в Российской Федерации: логика изменений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edu.interfax.ru/articles/807/>. – Дата обращения: 17.03.2019. – Загл. с экрана.
171. Словарь-справочник: экономика, внешняя торговля, выставки / авт.-сост. П.А. Кошель; под общ. ред. В.Л. Малькевича. – М.: О-во сохранения лит. наследия, 2012. – 344 с.
172. Совет по социальному партнерству в образовании провел расширенное заседание [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobr.su/sovets-po-socialnomu-partnerstvu-v-obrazovanii/4714-sovets-po-socialnomu-partnerstvu-v-obrazovanii-provel-rasshirennoe-zasedanie.html>. – Дата обращения: 19.02.2020. – Загл. с экрана.
173. Терехина, Е.В. Маркетинг образовательных услуг / Е.В. Терехина // Управление качеством образования: теория и практика эффективного

администрирования. – 2018. – № 6. – С. 17-20.

174. Терованесов, М.Р. Инновационная модель развития системы высшего образования с ориентацией на рынок труда / М.Р. Терованесов // Проблемы и перспективы инновационного развития экономики: монография / [Е.П. Мельникова, О.И. Черноус и др.]; под ред. Е.П. Мельниковой, О.И. Черноус. – Донецк: ГОУВПО «ДОННТУ», 2018. – С. 211-219.

175. Терованесов, М.Р. Управление организацией как экономической системой на основе анализа инерционности ее развития / М.Р. Терованесов // Сборник научных работ серии «Государственное управление». Вып. 12: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – С. 204-217.

176. Терованесов, М.Р. Экономико-финансовая модель системы управления человеческими ресурсами / М.Р. Терованесов // Сборник научных работ серии «Государственное управление». Вып. 13: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2019. – С. 133-141.

177. Ткач, Д.Г. Новые возможности повышения конкурентоспособности вузов / Д.Г. Ткач // Вестник высшей школы. – 2016. – № 2. – С. 105-108.

178. ТОП профессий 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kudapostupat.com/top-professij-2020-goda/>. – Дата обращения: 19.02.2020. – Загл. с экрана.

179. Три вуза ЛНР планируют получить российскую аккредитацию в ближайшее время [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://miaistok.su/tri-vuza-lnr-planiruyut-poluchit-rossijskuyu-akkreditatsiyu-v-blizhajshee-vremya/>. – Дата обращения: 19.02.2020. – Загл. с экрана.

180. Университет НТИ «20.35» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rvc.ru/eco/education/2035_university/. – Дата обращения 20.01.2020. – Загл. с экрана.

181. Университет Пекина [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.portalchina.ru/universities/beijing.html>. – Дата обращения 20.01.2020. – Загл. с экрана.

182. Учаева, Т.В. Повышение организационно-экономического потенциала предприятий промышленности строительных материалов: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Учаева Татьяна Владимировна. – М., 2014. – 26 с.

183. Участие МГУ в международных рейтингах университетов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.msu.ru/news/uchastie-mgu-v-mezhdunarodnykh-reytingakh-universitetov.html>. – Дата обращения: 25.12.2019. – Загл. с эрана.

184. Учеба в Германии: как не «засыпаться» при поступлении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dw.com/ru/ucheba-v-germanii-vazhno-znat-pri-postuplenii/a-14961427>. – Дата обращения 20.01.2020. – Загл. с экрана.

185. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью вуза / Р.А. Фатхутдинов // Высшее образование в России. – 2006. – № 9. – С. 37-38.

186. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – 7-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2005. – 448 с.

187. Федеральная служба государственной статистики / Образование 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/13398>. – Дата обращения: 20.01.2020. – Загл. с экрана.

188. Федорович, В.О. Состав и структура организационно-экономического механизма управления собственностью крупных промышленных корпоративных образований [Электронный ресурс] / В.О. Федорович // Сибирская финансовая школа. – Режим доступа: <http://journal.safbd.ru/ru/content/sostav-i-struktura-organizacionno-ekonomicheskogo-mehanizma-upravleniya-sobstvennostyu>. – Дата обращения: 19.01.2020. – Загл. с экрана.

189. Филиппов, В.М. Интернационализация высшего образования: основные тенденции, проблемы и перспективы / В.М. Филиппов // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2015. – № 3. – С. 203-211.

190. Филькевич, И.А. Теоретико-методологические подходы к повышению конкурентоспособности образовательных организаций / И.А. Филькевич, Е.Д. Платонова, Д.Г. Мкртчян // Вестник Евразийской науки. – 2018. – № 6. – С. 1-9.

191. Фролов, А.В. Глобализация высшего образования: противоречия и новации / А.В. Фролов // Вестник высшей школы. – 2011. – № 8. – С. 61-66.

192. Фрумин, И.Д. Развитие сферы образования и социализации в Российской Федерации в среднесрочной перспективе. Доклад экспертной группы / И.Д. Фрумин, А.Г. Каспражак, Т.А. Абанкина и др. // Вопросы образования. – 2018. – № 1. – С. 6-59.

193. Хилиинская, И.В. Организационно-экономический потенциал развития сельских территорий / И.В. Хилиинская // Теория и практика мировой науки. – 2017. – № 5. – С. 24-34.

194. Ходиев, Д.А. Направления совершенствования качества образовательных услуг в республике Таджикистан / Д.А. Ходиев, С.Б. Ганиева // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8. – № 2 (27). – С. 113-117.

195. Чадаев, А.Ю. Маркетинг образовательных услуг на основе информационной модели высшего учебного заведения / А.Ю. Чадаев // Финансовая аналитика. Проблемы и решения. – 2017. – № 22. – С. 47-51.

196. Чинаева, Т.И. Основные тенденции развития международного рынка образовательных услуг / Т.И. Чинаева // Статистика и экономика. – 2017. – Т. 4. – № 1. – С. 60-67.

197. Число частных вузов в России снизилось вдвое за четыре года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/5013525>. – Дата обращения 19.01.2020. – Загл. с экрана.

198. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело, 2003. – 496 с.

199. Шаталова, Т.С. Концепция сбалансированной системы показателей в процессах совершенствования управления образовательной деятельностью /

Т.С. Шаталова, А.Ю. Носикова // Новое в экономической кибернетике: сборник научных трудов. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», 2020. – Вып. № 3-4. – С. 148-156.

200. Шаталова, Т.С. Бизнес-моделирование процессов научной деятельности образовательной организации / Т.С. Шаталова, О.В. Снегин, Д.А. Ленко // Новое в экономической кибернетике: сборник научных трудов. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», 2020. – Вып. № 3-4. – С. 157-164.

201. Экономика высшего образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.svoboda.org/a/26810181.html>. – Дата обращения 19.01.2020. – Загл. с экрана.

202. Academic Ranking of World Universities [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.shanghairanking.com/arwu2019.html>. – Дата обращения: 19.01.2020. – Загл. с экрана.

203. Altbach, P.G. The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities / P.G. Altbach, J. Knight // Journal of Studies in International Education. – 2007. – Vol. 11. – №. 3/4. Fall/Winter. – P. 290-305.

204. Brenner, S.N. The stakeholder theory of the firm: Implications for business and society theory and research. Paper presented at the annual meeting of the International Association for Business and Society / S.N. Brenner, P. Cochran. – Sundance, UT, 1991. – 133 p.

205. Clarkson, M.A. Stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance / M.A. Clarkson // Academy of Management Review. – 1995. – Vol. 20. – № 1. – P. 92-117.

206. CRM для ВУЗа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.amocrm.ru/cases/imes>. – Дата обращения: 19.01.2020. – Загл. с экрана.

207. Crowther P. Internationalisation at Home. A Position Paper / P. Crowther, M. Yoris, M. Otten, B. Nilsson, H. Teekens, B. Wächter. – Amsterdam, Netherlands: European Association for International Education (EAIE), 2000. – 42 p.

208. CWUR - World University Rankings 2019-2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cwur.org/2019-2020.php>. – Дата обращения: 19.01.2020. –

Загл. с экрана.

209. Galán, A. Faculty evaluation in Spain. The national system and sub-national divergence / A. Galán, M. Ángeles González-Galán, P. Rodríguez-Patrón // *Revista de Educacion*. – 2014. – P. 136-164.

210. Philip Kotler: *Marketing Essentials*, 1984. / Филип Котлер: Основы маркетинга [Электронный ресурс]. Перевод на русский язык: В. Б. Бобров. – М., 1990. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/5091>. – Дата обращения: 25.12.2019. – Загл. с экрана.

211. *QS_World_University_Rankings 2019* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ria.ru/docs/sn/QS_World_University_Rankings. – Дата обращения: 25.12.2019. – Загл. с экрана.

212. Saiz-Alvarez, J.M. Some keys for success in higher education: A case approach / J.M. Saiz-Alvarez // *Handbook of Research on Higher Education in the MENA Region: Policy and Practice*. 2014. – June 30. – P. 43-58.

213. *Times Higher Education* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pro2019god.ru/top-100-luchshix-universitetov-mira-2019-goda-rejting-po-versii-times-higher-education/>. – Дата обращения 01.09.2019. – Загл. с экрана.

214. *World University Rankings Times Higher Education* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2019/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats. – Дата обращения: 19.03.2020. – Загл. с экрана.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А
Справки о внедрении результатов исследования

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

91034 г. Луганск, кв. Молодежный, 20а
телефон (0642) 34-48-28, факс (0642) 34-48-48, e-mail: dahl.univer@yandex.ru

11.01.2021 № 108-115-18/84
на № _____

Диссертационный совет Д 01.001.01
на базе ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной
Республики»

СПРАВКА

о внедрении результатов исследований диссертации
Поповой Инны Владимировны на тему: «Организационно-экономические аспекты
обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего
образования», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических
наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (по
отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление
предприятиями, отраслями, комплексами)

Применение методики оценки уровня конкурентоспособности образовательной
организации, на основе иерархической структуры обобщенных, интегрированных,
групповых и единичных показателей деятельности, предложенной в диссертации
И.В. Поповой, позволило определить уровень конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР
«ЛГУ им. В.Даля». Результаты такого исследования дают возможность научно-
обосновано формировать приоритеты по обеспечению достижения отдельных показателей
деятельности университета в стратегической перспективе.

Сформированный организационно-экономический механизм по реализации
стратегии повышения уровня конкурентоспособности образовательной организации
высшего образования, является основой для улучшения качества предоставления
образовательных услуг, повышения степени первичного и конечного удовлетворения
потребителей образовательных продуктов.

С уважением,

Ректор



В.Д. Рябичев
В.Д.Рябичев

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)

ул. Оборонная, 2, г. Луганск, 91011. Тел./факс: (0642) 59-90-08; e-mail: info_lu@lgpu.org

09.12.2020 № 1/3499
на № _____ от _____

Диссертационный совет Д 01.001.01
на базе ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы при Главе
Донецкой Народной Республики»

СПРАВКА

о внедрении результатов исследований диссертации
Поповой Инны Владимировны на тему: «Организационно-экономические аспекты
обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего
образования», представленной на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным
хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика, организация и
управление предприятиями, отраслями, комплексами)

Материалы диссертации Поповой И.В. на тему «Организационно-экономические аспекты обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук используются в практической деятельности отдела маркетинга, что позволило скорректировать планы работы данного отдела. Предложенная анкета проведения опроса абитуриентов и оценки параметров конкурентного профиля образовательной услуги стала основой для ежегодного мониторинга отношения потребителей образовательных услуг к университету.

По материалам исследования принята дорожная карта коммуникационной политики, ориентированная на продвижение образовательных услуг, формирование объективного представления о заведении и поддержание объективного имиджа университета.

Сформированный Поповой И.В. конкурентный профиль образовательной услуги ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ» позволил выработать стратегические ориентиры и разработать комплекс мероприятий направленных на повышение эффективности отдельных параметров организационно-экономического потенциала, связанных с рекламной активностью в социальных сетях и расширением международного сотрудничества.

Проректор по научной работе



Волк

Т.Т. Ротерс

22956



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВО ЛНР ЛГАУ)

91008, Луганская Народная Республика, г. Луганск, Артемовский район, городок ЛНАУ, 1
Тел.: (0642) 96-60-40. e-mail: rector@lnau.su <http://www.lnau.su>

25.11.2020 № 01/3073
на № _____ от _____

Диссертационный совет Д 01.001.01
на базе ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной
Республики»

СПРАВКА

о внедрении результатов исследований диссертации
Поповой Инны Владимировны на тему: «Организационно-экономические
аспекты обеспечения конкурентоспособности образовательных организаций
высшего образования», представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и
управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.:
экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами).

Отдельные положения диссертации Поповой Инны Владимировны
использованы в учебном процессе, в частности, при усовершенствовании
учебно-методического обеспечения дисциплин: «Управление человеческими
ресурсами», «Деловая этика», «Менеджмент», «Маркетинг», «Потенциал и
развитие предприятия», «Стратегия предприятия».

Результаты исследования использованы при разработке методических
рекомендаций, конспектов лекций, организации самостоятельной работы
студентов, написании выпускных квалификационных работ.

Вр.и.о. ректора



А.Н. Брюховецкий

7 2 2 8 1 0

Приложение Б

Систематизация трактовки понятия «образовательная услуга»

Таблица Б.1 – Некоторые трактовки понятия «образовательная услуга» в трудах ученых

Понятие	Автор, источник
Образовательные услуги – это довольно специфический «товар». Они обладают высокой потребительской стоимостью, поскольку увеличивают интеллектуальный потенциал личности, будущих рабочих или специалистов	Романова И.Б. [162, с. 91-96]
Образовательная услуга – это совокупность полезных свойств, которые должны удовлетворить потребности потребителей, связанные с получением квалификации образовательные услуги удовлетворяют личностные (конечный потребитель), коллективные (предприятия-работодатели) и общественные (государство, общество) потребности	Данилова С.В. [48, с. 117-118]
Образовательные услуги – это комплекс таких услуг, которые непосредственно связаны с реализацией главных целей образования, осуществлением миссии образования	Панкрухин А.П. [124, с. 28]
Образовательная услуга – это комплекс целенаправленных действий юридического или физического лица, результаты которых выражаются в полезном эффекте (выгоде), направленном на удовлетворение образовательных, научных и воспитательных потребностей другого юридического или физического лица	Волошин А.В. [33, с. 153-154]
Образовательные услуги обладают специфическими особенностями, что связано с особенностями экономики образования как отрасли социальной сферы. Среди них можно выделить следующие характеристики: социальную значимость; крупномасштабность; уникальность сферы образования; дифференциацию образовательных услуг по видам подготовки; специфику государственного регулирования в сфере образования, определяющую особенности образовательных услуг	Жданкина И.Ю. [55, с. 30-32]
Образовательная услуга – это продукт специфического интеллектуального труда; образовательная услуга выступает как объект коммерческих отношений с позиции интеграции в мировое рыночное пространство; возрастающая стоимость образовательной услуги не исчезает в момент потребления и не зависит от времени потребления	Саяпина Н.Н. [167, с. 90-94]

Приложение В
Анализ публикационной активности образовательных организаций
в Российской Федерации

Таблица В.1 – Публикационная активность образовательных организаций по направлению экономика и менеджмент [составлено на основании данных источника[154]]

Экономика и менеджмент			Таблица 2				
Место в 2019 году	Место в 2018 году	Университет	Балл в 2019 году	Балл в 2018 году	Качество роста университета	Востребованность научной деятельности	Масштаб, устойчивость научной деятельности
1	1	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	81,3	85,5	100,0	43,8	100,0
2	2	Санкт-Петербургский государственный университет	70,3	73,5	100,0	52,4	58,5
3	7–8	Университет ИТМО	52,8	52,3	50,8	63,8	43,9
4	3–4	Московский государственный университет	49,1	60,2	82,8	25,1	39,4
5	3–4	Российская экономическая школа	46,3	61,0	50,0	66,3	22,8
6–7	5–6	Уральский федеральный университет	43,1	58,7	53,9	45,7	29,6
6–7	10–12	Нижегородский национальный исследовательский университет им. Н. И. Лобачевского	42,3	47,3	50,0	59,8	17,1
8–9	13	Российский университет дружбы народов	41	43,6	50,0	45,4	27,6
8–9	19–21	Волгоградский государственный технический университет	40,7	36,0	50,0	54,1	18,0
10–12	—	Томский национальный исследовательский государственный университет	38,1	—	50,0	46,7	17,6
10–12	10–12	Санкт-Петербургский государственный экономический университет	37,9	46,9	50,0	40,9	22,8
10–12	5–6	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ	37,2	59,5	54,7	24,7	32,2

Таблица В.2 – Публикационная активность образовательных организаций по направлению гуманитарные науки [составлено на основании данных источника[154]]

Гуманитарные науки							Таблица 3
Место в 2019 году	Место в 2018 году	Университет	Балл в 2019 году	Балл в 2018 году	Качество роста университета	Востребованность научной деятельности	Масштаб, устойчивость научной деятельности
1	1	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	74,4	86,1	100,0	31,6	91,7
2	3–6	Московский государственный университет	70,6	61,9	100,0	26,8	85,1
3	2	Санкт-Петербургский государственный университет	60	73,0	79,4	19,8	80,8
4	3–6	Томский национальный исследовательский государственный университет	53,4	61,9	69,7	37,9	52,6
5–7	3–6	Новосибирский государственный университет	50	61,1	60,7	46,4	42,8
5–7	8	Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова	49,9	50,1	38,1	87,0	24,6
5–7	3–6	Сибирский федеральный университет	49,1	61,0	50,0	75,5	21,7
8	15	Алтайский государственный университет	47,2	27,5	50,0	67,3	24,2
9	7	Казанский (Приволжский) федеральный университет	45,6	51,3	24,3	59,3	53,2
10–11	—	Северо-Восточный федеральный университет	42,6	—	50,0	60,4	17,4
10–11	9	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ	41,8	44,3	67,1	30,3	28,1

Таблица В.3 – Публикационная активность образовательных организаций по направлению наука о жизни [составлено на основании данных источника[154]]

Наука о жизни							Таблица 3
Место в 2019 году	Место в 2018 году	Университет	Балл в 2019 году	Балл в 2018 году	Качество роста университета	Востребованность научной деятельности	Масштаб, устойчивость научной деятельности
1	1	Московский государственный университет	85,3	90,1	100,0	55,8	100,0
2	2	Санкт-Петербургский государственный университет	73,9	82,9	100,0	59,8	61,8
3–4	9	Казанский (Приволжский) федеральный университет	67,7	66,9	100,0	53,2	49,9
3–4	4	Новосибирский государственный университет	66,7	77,9	92,7	54,7	52,7
5–6	5	Университет ИТМО	61,2	74,8	55,0	100,0	28,5
5–6	3	Московский физико-технический институт (государственный университет)	61,1	79,0	63,5	74,3	45,4
7	7–8	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	55,4	69,7	50,0	81,6	34,6
8	6	Томский национальный исследовательский государственный университет	54,1	71,1	60,0	58,3	43,9
9	10	Дальневосточный федеральный университет	45,2	62,0	80,5	32,2	23,0
10	11	Первый Московский государственный медицинский университет им. И. М. Сеченова	43,7	56,5	63,1	36,3	31,6

Таблица В.4 – Публикационная активность образовательных организаций по направлению медицина [составлено на основании данных источника [154]]

Медицина							
Место в 2019 году	Место в 2018 году	Университет	Балл в 2019 году	Балл в 2018 году	Качество роста университета	Востребованность научной деятельности	Масштаб, устойчивость научной деятельности
1	1–2	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	65,4	69,0	50,0	100,0	46,0
2	1–2	Московский государственный университет	60,1	69,7	100,0	10,4	69,8
3	4–6	Первый Московский государственный медицинский университет им. И. М. Сеченова	54,9	61,5	100,0	3,2	61,4
4	4–6	Российский национальный исследовательский медицинский университет	53,5	60,4	100,0	3,6	56,9
5	3	Санкт-Петербургский государственный университет	51,8	63,1	96,1	9,6	49,6
6–8	10	Первый Санкт-Петербургский государственный медицинский университет	39	53,1	73,0	7,6	36,3
6–8	7	Казанский (Приволжский) федеральный университет	38,4	57,3	58,5	12,5	44,2
6–8	8–9	Томский национальный исследовательский государственный университет	38,3	53,9	58,5	13,8	42,6
9	4–6	Новосибирский государственный университет	37,9	60,6	64,3	10,1	39,3
10	15–18	Новосибирский государственный медицинский университет	34,4	35,4	50,0	5,9	47,1

Приложение Г

Распределение контрольных цифр приема по организациям высшего образования Российской Федерации в 2020 году

Таблица Г.1 – Контрольные цифры приема по специальностям в ФГАОУ ВО «НИУ «Высшая Школа Экономики» на 2020-2021 уч. год [составлено на основании данных нормативно-правового акта [108]]

Приложение № 1.23
к приказу Министерства науки и высшего образования Российской Федерации
от «15» мая 2019 г. № 315

Контрольные цифры приема по специальностям и (или) укрупненным группам направлений подготовки для обучения по имеющим государственную аккредитацию образовательным программам высшего образования (программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре, программам ординатуры, программам ассистентуры-стажировки) за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета на 2020/21 учебный год по очной форме обучения

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"

Наименование направления подготовки (укрупненной группы направлений подготовки)	Код направления подготовки (укрупненной группы направлений подготовки)	Контрольные цифры приема по направлениям подготовки и (или) укрупненным группам направлений подготовки для обучения по имеющим государственную аккредитацию образовательным программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета по очной форме
1	2	3
Всего:		499
Математика и механика	01.00.00	36
Компьютерные и информационные науки	02.00.00	2
Физика и астрономия	03.00.00	22
Информатика и вычислительная техника	09.00.00	30
Информационная безопасность	10.00.00	5
Электроника, радиотехника и системы связи	11.00.00	20
Управление в технических системах	27.00.00	8
Психологические науки	37.00.00	30
Экономика и управление	38.00.00	114
Социология и социальная работа	39.00.00	35
Юриспруденция	40.00.00	45
Политические науки и регионоведение	41.00.00	20
Образование и педагогические науки	44.00.00	25
Языковедение и литературоведение	45.00.00	32
История и археология	46.00.00	30
Философия, этика и религиоведение	47.00.00	23
Искусствоведение	50.00.00	22

Таблица Г.2 – Контрольные цифры приема по специальностям в ФГАОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова» на 2020-2021 уч. год [составлено на основании данных нормативно-правового акта [108]]

Приложение № 1.136
к приказу Министерства науки и высшего
образования Российской Федерации
от «15» мая 2019 г. № 315

Контрольные цифры приема по специальностям и (или) укрупненным группам направлений подготовки для обучения по имеющим государственную аккредитацию образовательным программам высшего образования (программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре, программам ординатуры, программам ассистентуры-стажировки) за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета на 2020/21 учебный год по очной форме обучения

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова"

Наименование направления подготовки (укрупненной группы направлений подготовки)	Код направления подготовки (укрупненной группы направлений подготовки)	Контрольные цифры приема по направлениям подготовки и (или) укрупненным группам направлений подготовки для обучения по имеющим государственную аккредитацию образовательным программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета по очной форме
1	2	3
Всего:		1221
Математика и механика	01.00.00	155
Физика и астрономия	03.00.00	88
Химия	04.00.00	113
Науки о земле	05.00.00	105
Биологические науки	06.00.00	135
Информатика и вычислительная техника	09.00.00	60
Информационная безопасность	10.00.00	10
Фундаментальная медицина	30.00.00	6
Клиническая медицина	31.00.00	23
Фармация	33.00.00	5
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	35.00.00	8
Психологические науки	37.00.00	35
Экономика и управление	38.00.00	85
Социология и социальная работа	39.00.00	22
Юриспруденция	40.00.00	63
Политические науки и регионоведение	41.00.00	68
Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело	42.00.00	25
Образование и педагогические науки	44.00.00	11
Языковедение и литературоведение	45.00.00	82
История и археология	46.00.00	60

Приложение Д

Информация о научной и научно-технической деятельности образовательных организаций (учреждений) высшего образования за 2019 год

Таблица Д.1 – Информация об основных приоритетных направлениях научной и научно-технической деятельности образовательных организаций (учреждений) высшего образования

Наименование образовательной организации (учреждения высшего образования)	Основные приоритетные направления научной и научно-технической деятельности
1	2
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»	<p>Фундаментальных исследования: динамика, стойкость и оптимизация взаимодействующих дискретно-континуальных механических систем; региональное развитие; социальная история: человек в истории и история повседневности; проблемы государственного строительства, развития законодательства; философия культуры и современные стратегии гуманитарного знания.</p> <p>В области прикладных исследований: социологические и психологические проблемы общества и духовного развития личности; промышленная и экологическая безопасность; технологии оптимального управления и информационной безопасности; нано-, ресурсо-, энергосберегающие технологии и повышение технико-эксплуатационных показателей энергетических и транспортных машин; новые высокоэффективные химические процессы и материалы.</p>
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»	<p>Научно-исследовательская деятельность ведется в рамках приоритетных направлений науки: физико-математические науки; химические науки; биологические науки; исторические науки и археология; экономические науки; философские науки; филологические науки; педагогические науки; медицинские науки; психологические науки; социологические науки; политология; культурология.</p>
ГОУ ВО ЛНР «Донбасский государственный технический институт»	<p>Фундаментальные научные исследования, направленные на получение новых знаний об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды;</p> <ul style="list-style-type: none"> - информационные и коммуникационные технологии; - энергетика и энергоэффективность; - рациональное природопользование.
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»	<ul style="list-style-type: none"> - Повышение эффективности машиноиспользования, ремонта машин и безопасности труда при выполнении технологических процессов в растениеводстве. - Оптимизация параметров машин для почвообработки, внесения удобрений, посева и сепарации семян. - Разработка энерго- и ресурсосберегающих технологий и технических средств для производства продукции животноводства и растениеводства. - Оптимизация по технико-экономическим параметрам модифицированных бетонных композитов и металлических конструкций в строительной индустрии. - Разработка комплексной информационной системы управления деятельности предприятий АПК региона.

Продолжение таблицы Д.1

1	2
ГУ «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки»	<ul style="list-style-type: none"> - Разработка эффективных методов диагностики, лечения и профилактики соматических, профессиональных и сопутствующих заболеваний. - Разработка вопросов экстремальной медицины и внедрение медицинской системы жизнеобеспечения пострадавших в технических авариях и катастрофах. - Изучение вопросов по проблемам остеопороза в условиях промышленного региона Донбасса. - Изучение вопросов посттравматического синдрома.
ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»	<ul style="list-style-type: none"> - Эстетика. - Теория и история культуры. - Философская антропология, философия культуры. - Искусствоведение. - Лингвистика.
ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних дел имени Э. А. Дидоренко»	<ul style="list-style-type: none"> - Организационные и правовые основы деятельности судебных и правоохранительных органов. Организационно-тактические проблемы проведения специальных операций ОВД. - Перспективы развития административного права и административного процесса. - Совершенствование специальной физической и огневой подготовки сотрудников полиции ЛНР. - Актуальные проблемы реализации и защиты прав, свобод и законных интересов юридических и физических лиц.

Приложение Е

Информация о научном и научно-техническом сотрудничестве
с зарубежными организациями

Таблица Е.1 – Количество зарубежных организаций, с которыми осуществляется сотрудничество образовательными организациями высшего образования

Наименование образовательной организации (учреждения) высшего образования	Количество зарубежных организаций, с которыми осуществляется сотрудничество	Государство, в котором располагается зарубежная организация (количество)
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»	43	Российская Федерация (33); ДНР (4); Германия (2); Пакистан (1); США (1); Абхазия (1); Азербайджан (1)
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»	9	Российская Федерация (9)
ГОУ ВО ЛНР «Донбасский государственный технический институт»	18	ДНР (6); Российская Федерация (12)
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»	12	ДНР (6); Российская Федерация (6)
ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки»	6	Российская Федерация (5); Таджикистан (1)
ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»	11	Российская Федерация (10); Республика Абхазия (1)
ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних дел имени Э. А. Дидоренко»	5	Российская Федерация (5)
ВСЕГО	104	

Приложение Ж

Стратегический анализ с помощью модели «Пять конкурентных сил Портера»
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Таблица Ж.1 – Экспертная оценка параметров модели «Пять конкурентных сил Портера» (эксперт 1) [разработано автором самостоятельно на основе экспертного метода]

Параметр оценки	Характеристика параметра и оценка		
<i>1. Угроза товаров-заменителей</i>			
Существование на рынке	Имеют высокую долю на рынке	Имеет малую долю на рынке	Не имеют выхода на рынок
	3	2	1
ИТОГО	3		
1 балл	низкий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
2 балла	средний уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
3 балла	высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
<i>2. Угрозы внутриотраслевой конкуренции</i>			
Количество игроков	Высокий уровень насыщения рынка (более 10 игроков)	Средний уровень насыщения рынка (3-10 игроков)	Низкий уровень насыщения рынка (1-3 игроков)
	3	2	1
Темп роста рынка	Стагнация или снижение объема рынка	Замедляющийся, но растущий рынок	Высокий
	3	2	1
Уровень дифференциации продукта на рынке	Стандартизированный товар	Товар на рынке стандартизирован по ключевым свойствам, но отличается по дополнительным параметрам	Товары значительно отличаются друг от друга
	3	2	1
Ограничение в повышении цен	Жесткая ценовая конкуренция на рынке, отсутствуют возможности повышения цен	Есть возможность к повышению цен только в рамках покрытия роста затрат	Всегда есть возможность к повышению цены для покрытия роста затрат и увеличения прибыли
	3	2	1
ИТОГО	9		
4 балла	Низкий уровень внутриотраслевой конкуренции		
5-8 баллов	Средний уровень внутриотраслевой конкуренции		
9-12 баллов	Высокий уровень внутриотраслевой конкуренции		

Продолжение таблицы Ж.1

3. Угроза входа на рынок новых игроков			
Экономия на масштабе при реализации образовательных услуг	Отсутствует	Существует только у нескольких игроков рынка	Значимая
	3	2	1
Сильные (крупные) образовательные организации высшего образования с высоким уровнем лояльности	Отсутствуют крупные игроки	2-3 крупных игрока держат около 50% рынка	2-3 крупных игрока держат более 80% рынка
	3	2	1
Дифференциация продукта	Низкий уровень разнообразия товара	Существуют микро-ниши	Все возможные ниши заняты игроками
	3	2	1
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	Низкий (окупаемость 1-3 месяца работы)	Средний (окупаемость 6-12 месяцев работы)	Высокий (окупаемость более чем за год работы)
	3	2	1
Доступ к каналам распределения	Полностью открыт	Требует умеренных инвестиций	Ограничен
	3	2	1
Политика правительства	Нет ограничивающих актов	Государство вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уровне	Государство полностью регламентирует отрасль и устанавливает ограничения
	3	2	1
Готовность существующих игроков к снижению цен	Игроки не пойдут на снижение цен	Крупные игроки не пойдут на снижение цен	При любой попытке ввода более дешевого предложения существующие игроки снижают цены
	3	2	1
Темп роста отрасли	Высокий и растущий	Замедляющийся	Стагнация или падение
	3	2	1
ИТОГО	17		
8 баллов	Низкий уровень угрозы входа новых игроков		
9-16 баллов	Средний уровень угрозы входа новых игроков		
17-24 балла	Высокий уровень угрозы входа новых игроков		

Продолжение таблицы Ж.1

4. Рыночная власть покупателей на рынке			
Доля покупателей с большим объемом продаж	Более 80% приходится на нескольких клиентов	Незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	Объем продаж равномерно распределен между всеми клиентами
	3	2	1
Склонность к переключению на товары субституты	Услуги организации не уникальны, существуют полные аналоги	Образовательные услуги частично уникальны, есть отличительные характеристики важные для клиентов	Услуги организации полностью уникальны, аналогов нет
	3	2	1
Чувствительность к цене	Покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	Покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене	Покупатель абсолютно не чувствителен к цене
	3	2	1
Потребители не удовлетворены качеством существующем на рынке	Неудовлетворенность ключевыми характеристиками услуги	Неудовлетворенность второстепенными характеристиками услуги	Полная удовлетворенность качеством
	3	2	1
ИТОГО	7		
4 балла	Низкий уровень угрозы ухода клиентов		
5-8 баллов	Средний уровень угрозы ухода клиентов		
9-12 баллов	Высокий уровень угрозы потери клиентов		
5. Рыночная власть поставщиков на рынке			
Количество поставщиков	Монополия одного поставщика по поставке энергоресурсов	Незначительное количество поставщиков	Широкий выбор поставщиков
	3	2	1
Ограниченность ресурсов поставщиков	Ограниченность в объемах	Частичная ограниченность в объемах	Неограниченность в объемах
	3	2	1
Издержки переключения	Высокие	Средние	Низкие
	3	2	1
Приоритетность направления для поставщика	Низкая приоритетность отрасли для поставщика	Средняя приоритетность отрасли для поставщика	Высокая приоритетность отрасли для поставщика
	3	2	1
ИТОГО	9		
4 балла	низкий уровень влияния поставщиков		
5-6 баллов	средний уровень влияния поставщиков		
7-12 баллов	высокий уровень влияния поставщиков		

Таблица Ж.2 – Экспертная оценка параметров по модели «Пять конкурентных сил Портера», представленной в таблице Ж.1 (эксперты 1-4) [разработано автором самостоятельно на основе экспертного метода]

	Угроза товаров-заменителей	Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Угроза входа на рынок новых игроков	Рыночная власть покупателей на рынке	Рыночная власть поставщиков на рынке
эксперт 1	3	9	17	7	9
эксперт 2	3	8	15	7	8
эксперт 3	2	9	16	6	5
эксперт 4	3	10	17	4	6

Приложение И

Анализ внешнего окружения ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

Таблица И.1 – PEST-анализ внешних факторов на уровень конкурентоспособности ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» [разработано автором самостоятельно на основе экспертного метода]

Факторы	Собственная оценка исследователя	Оценка экспертов				Среднее значение	Собственная оценка с поправкой на вес
		1	2	3	4		
1	2	3	4	5	6	7	8
Политические:							
1. Нестабильная политическая ситуация	2	5	5	5	4	4,75	0,41
2. Повышение требований к основным образовательным стандартам	3	5	4	4	3	4	0,52
3. Оптимизация образовательных организаций высшего образования по пути укрупнения	2	5	5	5	4	4,75	0,41
Экономические:							
1. Большие затраты на коммунальные услуги	2	4	3	3	3	3,25	0,28
2. Увеличение расходов на фонд оплаты труда	1	2	2	2	2	2	0,09
3. Покупательская способность потребителей	2	4	3	3	3	3,25	0,28
Социально-культурные:							
1. Уровень индивидуального дохода	1	5	5	5	5	5	0,22
2. Демографические факторы	1	3	3	3	3	3	0,13
3. Общественные ценности (престижность будущих профессий)	1	5	5	4	4	4,5	0,20
Технологические:							

Продолжение таблицы И.1

1	2	3	4	5	6	7	8
1. Внедрение новых форм обучения, использование методик и технологий преподавания дисциплин для выработки соответствующих компетенций, в т.ч. использование дистанционных форм обучения	3	3	3	2	2	2,5	0,33
2. Внедрение информационных технологий в процесс обучения студентов	2	4	5	3	5	4,25	0,37
3. Разработка основных образовательных программ для профессий будущего	3	3	3	5	4	3,75	0,49
	23						

Приложение К

Зачисленные на обучение по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры
в ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» за 2017-2020 гг.

Таблица К.1. Зачисленные на обучение по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры на 2019-2020 учебный год

Образовательная программа	*КЦП (по плану)			КЦП с учетом 15% перераспределения (столбцы заполняются, если осуществлялось перераспределение)			Зачислено в рамках КЦП (бюджет)			Зачислено сверх КЦП (контракт)			Всего зачислено		
	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма
Бакалавриат	1350	1114	236	1353	1054	299	1353	1054	299	1173	568	605	2526	1622	904
Специалитет	28	23	5	–	–	–	28	28	–	49	49	–	77	77	–
Магистратура	665	560	105	665	538	127	665	538	127	388	154	234	1053	692	361
Всего							2046	1620	426	1610	771	839	3656	2391	1265

Таблица К.2 – Зачисленные на обучение по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры на 2018-2019 учебный год

Образовательная программа	*КЦП (по плану)			КЦП с учетом 15% перераспределения (столбцы заполняются, если осуществлялось перераспределение)			Зачислено в рамках КЦП (бюджет)			Зачислено сверх КЦП (контракт)			Всего зачислено		
	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма
Бакалавриат	1063	891	172	–	–	–	1063	891	172	1677	873	804	2740	1764	976
Специалитет	8	8	–	–	–	–	8	8	–	29	29	–	37	37	–
Магистратура	500	447	53	–	–	–	500	447	53	504	314	190	1004	761	243
Всего							1571	1346	225	2210	1216	994	3781	2562	1219

Таблица К.3 – Зачисленные на обучение по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры на 2017-2018 учебный год

Образовательная программа	*КЦП (по плану)			КЦП с учетом 15% перераспределения (столбцы заполняются, если осуществлялось перераспределение)			Зачислено в рамках КЦП (бюджет)			Зачислено сверх КЦП (контракт)			Всего зачислено		
	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма	Всего	Очная форма	Заочная форма
Бакалавриат	987	812	175	–	–	–	986	811	175	2160	1008	1152	3146	1819	1327
Специалитет	7	7	–	–	–	–	7	7	–	10	10	–	17	17	–
Магистратура	396	367	29	–	–	–	396	367	29	775	525	250	1171	892	279
Всего							1389	1185	204	2945	1543	1402	4334	2728	1606

Приложение Л

Показатели определения рейтинга научной работы преподавателя структурного подразделения за календарный год

Таблица Л.1 – Детализация показателей определения рейтинга научной работы преподавателя структурного подразделения

№	ВИДЫ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	кол-во баллов за 1 позицию	кол-во баллов	ПОЯСНИТЕЛЬНЫЙ ТЕКСТ
1	2	3	4	5
1	Защита докторской диссертации	120		
2	Защита кандидатской диссертации	90		
3	Научное консультирование докторской диссертации	50		
4	Научное руководство кандидатской диссертацией (защита)	35		
5	Патент на изобретение / полезную модель			
	1) Количество поданных заявок на			
	<i>изобретение</i>	5		
	<i>полезную модель</i>	3		
	<i>промышленный образец</i>	2		
	<i>авторское право</i>	5		
	<i>товарный знак</i>	5		
	2) Получено патентов на			
	<i>изобретение</i>	30		
	<i>полезную модель</i>	20		
	<i>промышленный образец</i>	15		
	<i>авторское право</i>	15		
	<i>товарный знак</i>	10		
6	Выполнение научного исследования, субсидированного международным индивидуальным или коллективным грантом, соисполнителем которого является университет	80		
7	Выполнение научного исследования, субсидированного индивидуальным или коллективным грантом:			
	<i>международного уровня</i>	60		
	<i>республиканского уровня</i>	30		
	<i>университетского уровня</i>	20		
8	Трансфер и / или коммерциализация научных исследований, выполнение хозяйственно-договорных	80		
9	Инновационная деятельность			
	<i>Разработка инновационного проекта</i>	10		
	<i>Внедрение инновационного проекта</i>	20		

Продолжение таблицы Л.1

1	2	3	4	5
10	Научные мероприятия:			
	1) Организация и проведение научных мероприятий	международных	25	
		республиканских	15	
		университетских	10	
	2) Выступление с докладом на пленарных заседаниях научных	международных	15	
		республиканских	10	
		университетских	7	
	3) Научные доклады и сообщения на научных мероприятиях	международных	10	
		республиканских	7	
		университетских	5	
11	Организация и проведение научных мероприятий в рамках Дней науки		10	
12	Участие в конкурсах	международных	20	
		республиканских	15	
		университетских	10	
13	Победа в конкурсах (баллы за участие не засчитываются)	международных	30	
		республиканских	20	
		университетских	15	
14	Издание сборника научных трудов, материалов научного мероприятия и других научных изданий		20	
15	Публикации:			
	1) монография		60	
	2) <i>в базе WEB of Science</i>		35	
	<i>в базе Scopus</i>		30	
	<i>в изданиях перечня ВАК</i>		25	
	<i>в зарубежном издании из базы данных Ulrich, Google Scholar и др.</i>		20	
	<i>в изданиях из базы РИНЦ</i>		20	
	<i>в зарубежном издании</i>		15	
	<i>в другом издании</i>		10	
	3) тезисы		8	

Продолжение таблицы Л.1

1	2	3	4	5
16	Студенческая наука:			
	1) Научные доклады и сообщения на научных мероприятиях (согласно программе / при наличии сертификата участника)	международных	5	
		республиканских	3	
		университетских	2	
	2) Участие в конкурсах	международных	10	
		республиканских	8	
		университетских	6	
	3) Победа в конкурсах (баллы за участие не засчитываются)	международных	15	
		республиканских	10	
		университетских	8	
	4) Научное консультирование	статьей	5	
		тезисами	3	
	5) Рецензирование выпускных квалификационных работ бакалавра, дипломных работ, магистерских диссертаций (до 10 на 1 преподавателя)		2	
	6) Руководство научными кружками, обществами		10	
17	Участие в работе научных кружков, научных обществ		5	
18	1) Имидж ученого:			
	членство в президиуме ВАК		40	
19	членство в ВАК		35	
	членство в экспертном совете (при ВАК)		35	
	присвоение ученого звания профессора / доцента (для творческих специальностей почетного звания народный / заслуженный);		30 / 20	
	присвоение звания «Почетный профессор»		25	
	членство в экспертном психолого-педагогическом координационном совете (ЭКППС) университета		20	
	оппонирование диссертаций		15	
	рецензирование диссертаций		10	
	отзыв на автореферат		7	
	отзыв ведущей организации		7	
	проведение экспертизы научных изданий		7	
	рецензирование научных изданий		7	
	редактирование научных изданий		7	
	членство в редакционной коллегии научного издания		5	
	работа в конкурсных комиссиях университета (конкурс научных работ молодых ученых; конкурс студенческих научных работ)		5	
	рецензирование научной статьи		3	

Продолжение таблицы Л.1

1	2	3	4	5
	<i>членство в общественных научных организациях</i>	5		
	2) Членство в диссертационных советах			
	<i>председатель диссертационного совета</i>	25		
	<i>заместитель председателя диссертационного совета</i>	20		
	<i>ученый секретарь диссертационного совета</i>	20		
	<i>член диссертационного совета</i>	15		
	3) Членство в Ученых советах университета:			
	<i>член Ученого совета университета</i>	5		
	<i>член Ученого совета института / факультета.</i>	4		
	4) Членство в Научных комиссиях:			
	<i>член Научной комиссии университета</i>	10		
	<i>член Научной комиссии института / факультета</i>	5		
	5) Членство в Советах молодых ученых:			
	<i>член Совета молодых ученых университета</i>	8		
	<i>член Совета молодых ученых института / факультета</i>	5		
	6) Звания, награды и прочие заслуги в области научной	10		
	7) Руководство научными структурными подразделениями (научно-исследовательскими лабораториями; научно-исследовательскими, научно-учебными, научно-методическими, научно-образовательными и другими научными центрами), научными школами	10		
	8) Прохождение научной стажировки	7		
	9) Разработка локальных документов, регламентирующих научно-исследовательскую деятельность в университете	10		
	ИТОГО:			

* В случае, если какой-либо вид научной деятельности выполняется коллективно, баллы распределяются пропорционально между всеми участвующими (преподавателями, кафедрами и т.д.)

** Все баллы начисляются при наличии подтверждающего документа и только за отчетный период

Приложение М

Анкета для проведения опроса абитуриентов и оценки параметров конкурентного профиля образовательной услуги

АНКЕТА

1. Специальность	2. Группа	3. Место жительства	4. Средний бал аттестата и ГИА	5. Форма обучения	Пол	
				Контр./Бюдж.	М	Ж

Просим Вас принять участие в исследовании по изучению конкурентного профиля образовательной услуги

Инструкция: Для ответа на вопрос нужно:

- 1) Внимательно прочитать варианты ответа.
- 2) Выбрать один, наиболее соответствующий Вашему мнению.
- 3) Поставить знак "+" в свободной ячейке напротив выбранного варианта
- 4) В случаях ранжирования отметьте по степени важности от 1 (самое важное) до максимального значения (наименее важное).

1. В какие учреждения высшего образования подавались документы для поступления

ГОУ ВО ПНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»	
Только ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»	
ГОУ ВО ЛНР «Донбасский государственный технический институт»	
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»	
ГУ ЛНР «Луганский государственный медицинский университет имени Святителя Луки»	
ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»	
ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних дел имени Э. А. Дидоренко»	
Учреждения высшего образования в ДНР или РФ (укажите какие именно) _____	

2. Почему подали документы именно в ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»? Варианты ответов *проранжируйте* по степени важности из следующих факторов:

Целенаправленно поступал именно сюда	
Престижность, имидж учреждения	
Необходима специальность, будущая профессия	
По совету знакомых друзей	
Хорошие отзывы	
Родители настояли	
Не поступил (ла) в другое учебное заведение	
Высокое качество процесса обучения	
После «Дня открытых дверей»	
Затрудняюсь ответить	

3. Какой приоритет в выборе специальности у вас был:

Только на бюджетное место	
На приоритетную специальность не в зависимости от формы обучения (бюджет или контракт)	
Куда получилось поступить	
Затрудняюсь ответить	

4. Проранжируйте факторы влияния на принятие вашего решения о поступлении в образовательную организацию:

Хорошие отзывы	
Удобное местоположение	
Хорошая материально-техническая база и общежития	
Низкая цена за обучение	
Выпускает конкурентоспособных специалистов	
Хороший преподавательский состав	
Реализация мечты	
Просто понравилось учебное заведение	
Уникальная образовательная программа	
Возможность быстро трудоустроиться по специальности после окончания заведения	
Престижность заведения	

5. Какой источник информации был для вас более информативным в принятии решения о поступлении

Социальные сети	
Интернет сайт организации	
Родственники, родители, друзья	
Представители от учреждения	
Телевидение	
Радио	
Газета	
СМС рассылка	
Затрудняюсь ответить	

6. Степень влияния мероприятий, проводимых ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет» на принятие решения о поступлении (проранжируйте по степени важности)

День открытых дверей	
Олимпиады, конкурсы, квесты	
Подготовительные курсы	
Агитационные собрания в школе	
Личные встречи с сотрудниками учреждения	

Приложение Н

Экспертная оценка значимости организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования $K_{OЭП}$ и $K_{OЭП2}$

Таблица Н.1 – Определение весовых коэффициентов для интегрированных, групповых и единичных показателей

Показатели		Наименование показателей	Эксперты												Сумма баллов	Вес
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Интегрированные	P_r	Положение учреждения в стране	5	5	6	3	3	3	6	3	5	5	6	6	56	0,67
	D_r	Положение учреждения в стране (в динамике)														
	P_g	Положение учреждения в отраслевой группе	2	2	1	4	4	4	1	4	2	2	1	1	28	0,33
	Сумма интегрированных показателей		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84	1,00
Групповые	$K_1^{(group)}$	Доступность учреждения	3	5	3	3	3	6	3	1	4	5	3	4	43	0,13
	$K_2^{(group)}$	Репутация ОО ВО на внутреннем и международном уровнях	6	4	6	5	7	3	6	5	6	7	5	6	66	0,20
	$K_3^{(group)}$	Разнообразие образовательных услуг	5	3	4	4	2	4	5	4	1	3	2	5	42	0,12
	$K_4^{(group)}$	Социальная поддержка	2	1	1	2	1	2	2	3	2	1	4	1	22	0,07
	$K_5^{(group)}$	Компетенции персонала	7	7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	82	0,24
	$K_6^{(group)}$	Научная составляющая и её потенциал	1	2	2	1	5	1	1	2	3	2	1	2	23	0,07
	$K_7^{(group)}$	Материальное обеспечение образовательного процесса	4	6	5	6	4	5	4	6	5	4	6	3	58	0,17
	Сумма групповых показателей		28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	336	1,00
Единичные	$K_{1,1}^{(unit)}$	Доля поданных заявлений на бакалавриат от общего количества абитуриентов (дневная форма) учреждения	4	6	5	3	4	5	4	3	5	4	6	5	54	0,64
	$K_{1,2}^{(unit)}$	Доля поданных заявлений на бакалавриат от общего количества абитуриентов (заочная форма) учреждения	3	1	2	4	3	2	3	4	2	3	1	2	30	0,36
	Сумма единичных показателей 1-й группы		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84	1,00
	$K_{2,1}^{(unit)}$	Доля иностранных студентов от общего количества студентов ОО ВО	1	1	3	1	3	3	1	3	1	1	3	3	24	0,13
	$K_{2,2}^{(unit)}$	Доля студентов победителей международных олимпиад и конкурсов от общего количества студентов ОО ВО	7	5	7	7	7	5	7	5	7	7	5	5	74	0,39
	$K_{2,3}^{(unit)}$	Доля цитирований статей штатных преподавателей в РИНЦ в общем количестве ППС ОО ВО	3	3	1	3	5	1	3	1	3	5	1	1	30	0,16
	$K_{2,4}^{(unit)}$	Доля внедренных разработок на внешнем рынке от общего количества внедренных разработок ОО ВО	5	7	5	5	1	7	5	7	5	3	7	7	64	0,32
	Сумма единичных показателей 2-й группы		16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192	1,00

Продолжение таблицы Н.1

Показатели	Наименование показателей	Эксперты												Сумма баллов	Вес	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Единичные	$K_{3,1}^{(unit)}$	Доля аккредитованных направлений подготовки (магистратура и специалитет) от общего количества аккредитованных направлений подготовки ОО ВО	4	5	5	3	4	5	6	4	5	5	4	4	54	0,64
	$K_{3,2}^{(unit)}$	Доля аккредитованных направлений подготовки (бакалавриат) от общего количества аккредитованных направлений подготовки ОО ВО	3	2	2	4	3	3	1	3	2	2	3	3	31	0,36
	Сумма единичных показателей 3-й группы		7	7	7	7	7	8	7	7	7	7	7	7	85	1,00
	$K_{4,1}^{(unit)}$	Доля бюджетных мест в общем объеме принятых студентов учреждения	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72	0,50
	$K_{4,2}^{(unit)}$	Доля студентов, которые проживают в общежитиях учреждения от общего количества студентов учреждения	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	44	0,31
	$K_{4,3}^{(unit)}$	Доля общей полезной площади спортивных сооружений на одного студента дневной формы обучения от общей полезной площади всех спортивных сооружений ОО ВО	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	28	0,19
	Сумма единичных показателей 4-й группы		12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	1,00
	$K_{5,1}^{(unit)}$	Доля докторов наук в общем количестве ППС учреждения	7	3	7	7	7	7	7	7	7	7	5	78	0,41	
	$K_{5,2}^{(unit)}$	Доля кандидатов наук в общем количестве ППС учреждения	5	1	5	5	1	5	5	5	5	3	5	1	46	0,24
	$K_{5,3}^{(unit)}$	Доля защит докторских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО	3	7	3	1	5	1	3	1	3	5	1	7	40	0,21
	$K_{5,4}^{(unit)}$	Доля защит кандидатских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО	1	5	1	3	3	3	1	3	1	1	3	3	28	0,14
	Сумма единичных показателей 5-й группы		16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192	1,00
	$K_{6,1}^{(unit)}$	Доля полученных патентов от общего количества полученных патентов ОО ВО	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	28	0,19
	$K_{6,2}^{(unit)}$	Доля молодых ученых (аспирантов и докторантов) от общего количества молодых ученых ОО ВО	6	4	4	6	2	4	6	2	6	4	4	6	54	0,38
	$K_{6,3}^{(unit)}$	Доля привлеченных студентов к участию в научных разработках от общего количества студентов участвующих в научных разработках ОО ВО	4	6	6	4	6	6	4	6	4	6	6	4	62	0,43
	Сумма единичных показателей 6-й группы		12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	1,00

Продолжение таблицы Н.1

Показатели	Наименование показателей	Эксперты												Сумма баллов	Вес	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Единичные	$K_{7,1}^{(unit)}$	Доля обеспеченности специализированными периодическими изданиями от общей обеспеченности изданий ОО ВО	3	3	1	5	5	1	3	5	3	3	1	3	36	0,18
	$K_{7,2}^{(unit)}$	Доля инновационных разработок, внедренных в образовательный процесс, от общих инновационных разработок ОО ВО	5	7	7	7	7	5	7	7	7	7	5	7	78	0,41
	$K_{7,3}^{(unit)}$	Доля книгообеспеченности учебного процесса в расчете на 100 студентов от общей книгообеспеченности ОО ВО	1	1	5	1	3	3	1	3	1	1	3	1	24	0,13
	$K_{7,4}^{(unit)}$	Доля одновременного индивидуального доступа ППС и обучающихся в сеть интернет от общего количества ППС и студентов учреждения	7	5	3	3	1	7	5	1	5	5	7	5	54	0,28
	Сумма единичных показателей 7-й группы		16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192	1,00

Таблица Н.2 – Определение весовых коэффициентов для организационно-экономического потенциала в динамике

$K_{OЭП2}$

Показатели	Наименование показателей	Эксперты												Сумма баллов	Вес	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Одиночные	T_1	Доля выпускников учреждения в общем количестве выпускников ОО ВО	1	1	4	1	1	2	4	1	2	3	1	1	22	0,12
	T_2	Доля защит докторских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО	5	5	3	4	5	4	3	5	4	4	5	4	51	0,28
	T_3	Доля защит кандидатских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО	4	4	2	3	4	5	2	4	5	5	4	3	45	0,25
	T_4	Доля студентов победителей международных олимпиад и конкурсов от общего количества студентов ОО ВО	3	2	5	2	3	3	5	3	3	2	3	2	36	0,21
	T_5	Доля внедренных разработок (результатов научных исследований) на внешнем рынке от общего количества внедренных разработок ОО ВО	2	3	1	5	2	1	1	2	1	1	2	5	26	0,14
	Сумма единичных показателей 7-й группы			15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180

Приложение П

Оценочные показатели организационно-экономического потенциала образовательной организации высшего образования

Таблица П.1 – Единичные показатели для оценки организационно-экономических потенциалов $K_{OЭП}$, образовательных организаций высшего образования

Единичные показатели		ЛГПУ	ЛГУ им. В. Даля	ДонГТИ	ЛГАУ	ЛГАКИ им. М. Мату- совского
1	2	3	4	5	6	7
$K_{1,1}^{(unit)}$	Доля поданных заявлений на бакалавриат от общего количества абитуриентов (дневная форма) учреждения	0,25	0,27	0,08	0,35	0,03
$K_{1,2}^{(unit)}$	Доля поданных заявлений на бакалавриат от общего количества абитуриентов (заочная форма) учреждения	0,25	0,34	0,11	0,27	0,03
$K_{2,1}^{(unit)}$	Доля иностранных студентов от общего количества студентов ОО ВО	0,37	0,17	0,23	0,21	0,02
$K_{2,2}^{(unit)}$	Доля студентов победителей международных олимпиад и конкурсов от общего количества студентов ОО ВО	0,20	0,23	0,16	0,40	0,01
$K_{2,3}^{(unit)}$	Доля цитирований статей штатных преподавателей в РИНЦ в общем количестве ППС	0,44	0,25	0,09	0,21	0,01
$K_{2,4}^{(unit)}$	Доля внедренных разработок (результатов научных исследований) на внешнем рынке от общего количества внедренных разработок ОО ВО	0,10	0,62	0,14	0,14	0,00
$K_{3,1}^{(unit)}$	Доля аккредитованных направлений подготовки (магистратура и специалитет) от общего количества аккредитованных направлений подготовки ОО ВО	0,23	0,42	0,15	0,16	0,03
$K_{3,2}^{(unit)}$	Доля аккредитованных направлений подготовки (бакалавриат) от общего количества аккредитованных направлений подготовки ОО ВО	0,26	0,35	0,25	0,10	0,04
$K_{4,1}^{(unit)}$	Доля бюджетных мест в общем объеме принятых студентов учреждения	0,31	0,50	0,40	0,60	0,80
$K_{4,2}^{(unit)}$	Доля студентов, которые проживают в общежитиях учреждения от общего количества студентов учреждения	0,21	0,29	0,15	0,25	0,10

Продолжение таблицы П.1

1	2	3	4	5	6	7
$K_{4,3}^{(unit)}$	Доля общей полезной площади спортивных сооружений на одного студента дневной формы обучения от общей полезной площади всех спортивных сооружений ОО ВО	0,18	0,25	0,36	0,14	0,07
$K_{5,1}^{(unit)}$	Доля докторов наук в общем количестве ППС учреждения	0,10	0,08	0,05	0,07	0,18
$K_{5,2}^{(unit)}$	Доля кандидатов наук в общем количестве ППС учреждения	0,46	0,34	0,52	0,46	0,46
$K_{5,3}^{(unit)}$	Доля защит докторских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО	0,43	0,29	0,29	0,00	0,00
$K_{5,4}^{(unit)}$	Доля защит кандидатских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО	0,32	0,41	0,14	0,09	0,05
$K_{6,1}^{(unit)}$	Доля полученных патентов от общего количества полученных патентов ОО ВО	0,05	0,90	0,02	0,02	0,00
$K_{6,2}^{(unit)}$	Доля молодых ученых (аспирантов и докторантов) от общего количества молодых ученых ОО ВО	0,33	0,27	0,12	0,21	0,06
$K_{6,3}^{(unit)}$	Доля привлеченных студентов к участию в научных разработках от общего количества студентов участвующих в научных разработках ОО ВО	0,66	0,27	0,01	0,05	0,01
$K_{7,1}^{(unit)}$	Доля обеспеченности специализированными периодическими изданиями от общей обеспеченности изданий ОО ВО	0,21	0,16	0,26	0,32	0,05
$K_{7,2}^{(unit)}$	Доля инновационных разработок, внедренных в образовательный процесс, от общих инновационных разработок ОО ВО	0,16	0,27	0,52	0,05	0,00
$K_{7,3}^{(unit)}$	Доля книгообеспеченности учебного процесса в расчете на 100 студентов от общей книгообеспеченности ОО ВО	0,19	0,20	0,25	0,19	0,18
$K_{7,4}^{(unit)}$	Доля одновременного индивидуального доступа ППС и обучающихся в сеть интернет от общего количества ППС и студентов учреждения	0,27	0,30	0,40	0,30	0,25

Таблица П.2 – Одиночные показатели для оценки обобщённого организационно-экономического потенциала в динамике $K_{OЭП2}$, образовательных организаций высшего образования

Единичные показатели		ЛГПУ	ЛГУ им. В. Даля	ДонГТИ	ЛГАУ	ЛГАКИ им. М. Мату- совского
T_1	Доля выпускников учреждения в общем количестве выпускников ОО ВО	0,32	0,30	0,21	0,09	0,09
T_2	Доля защит докторских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО	0,43	0,29	0,29	0,00	0,00
T_3	Доля защит кандидатских диссертаций в общем количестве ППС ОО ВО	0,32	0,41	0,14	0,09	0,05
T_4	Доля студентов победителей международных олимпиад и конкурсов от общего количества студентов ОО ВО	0,20	0,23	0,16	0,40	0,01
T_5	Доля внедренных разработок (результатов научных исследований) на внешнем рынке от общего количества внедренных разработок ОО ВО	0,10	0,62	0,14	0,14	0,00

Приложение Р

Причинно-следственные связи, которые способствуют повышению качества самого процесса обучения на примере ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»

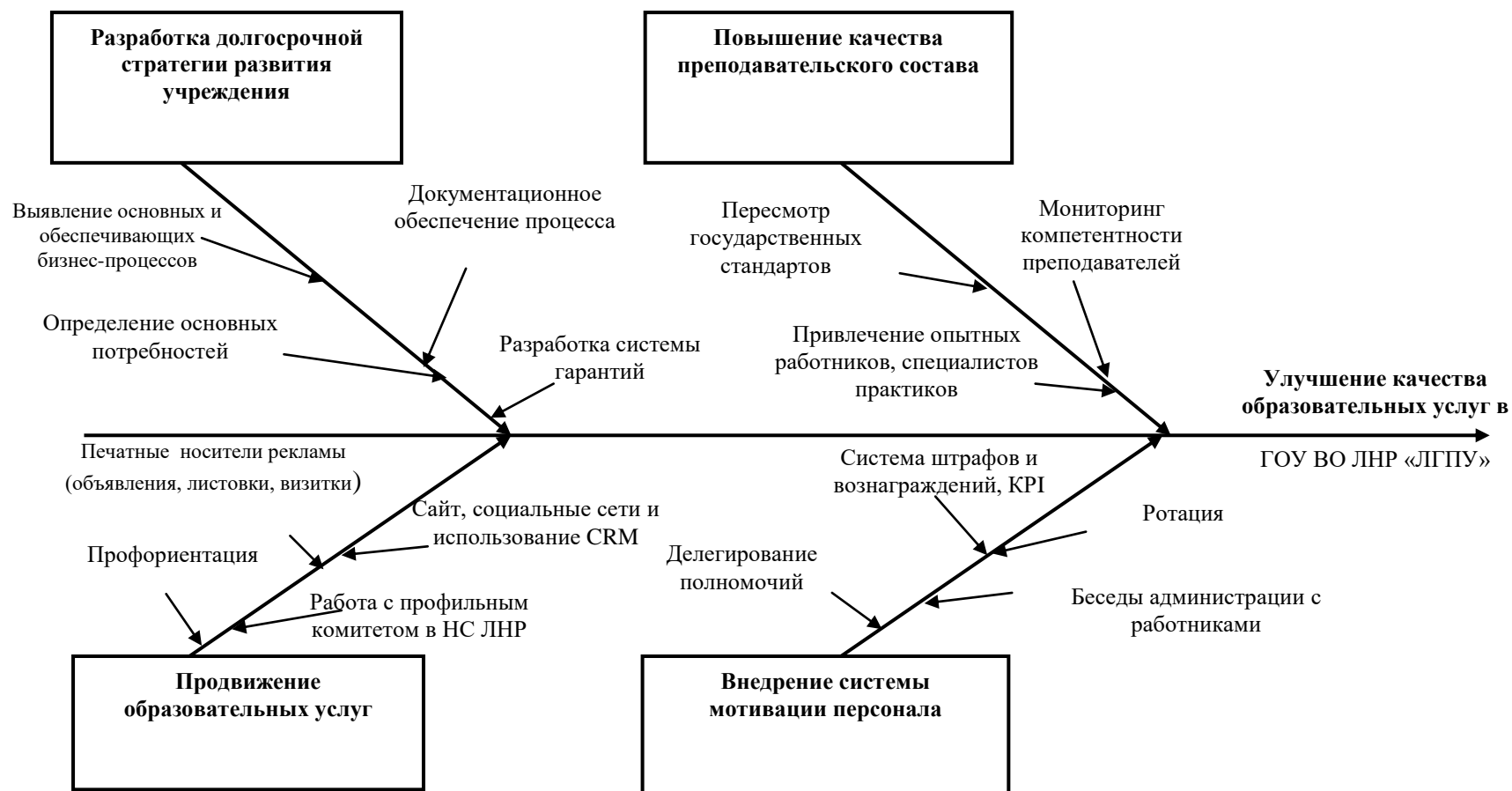


Рисунок Р.1 – Диаграмма Исикавы, отражающая причины, влияющие на качество образовательных услуг в ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»

Приложение С

Описание основного процесса «поступление абитуриента»

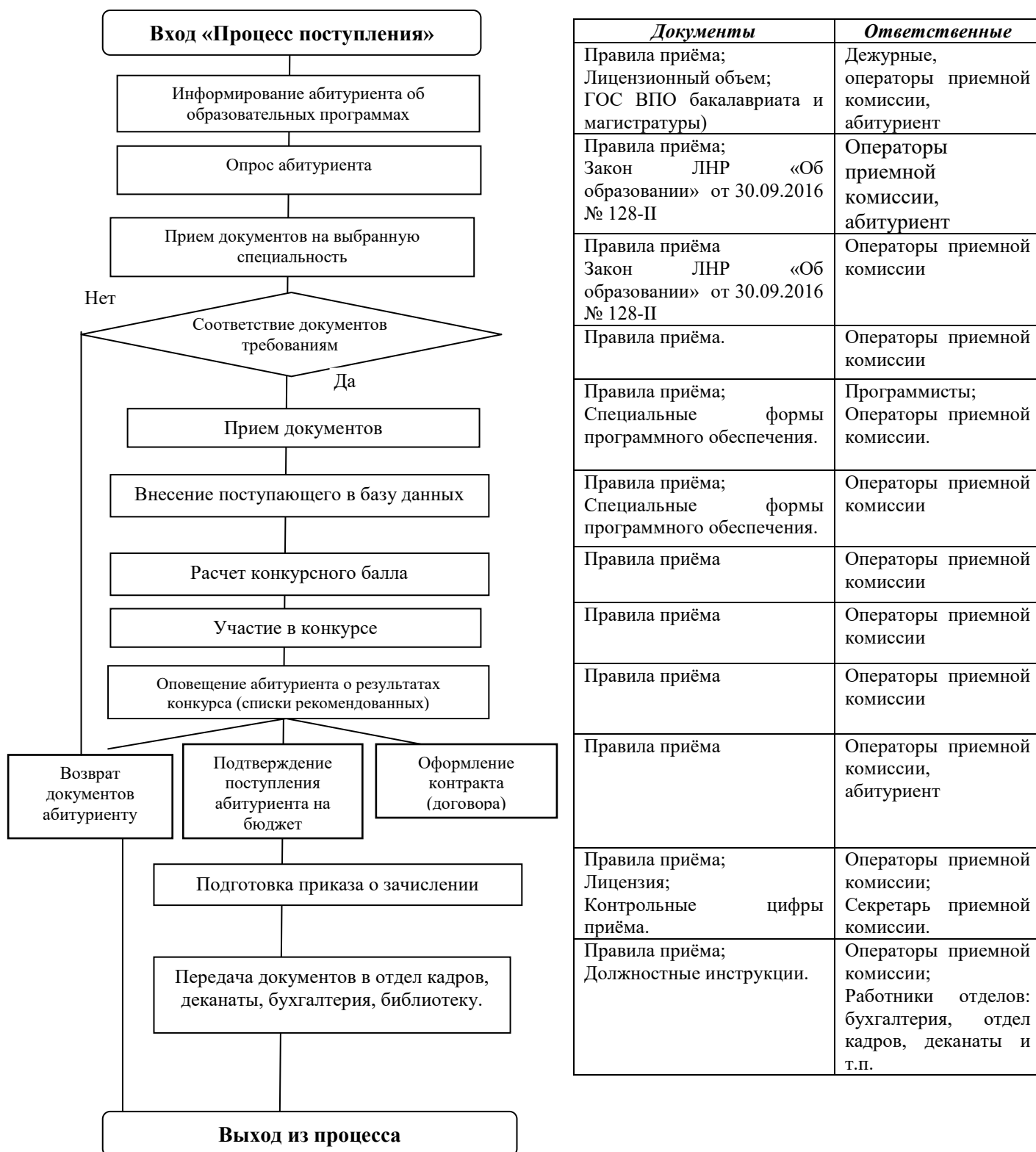


Рисунок С.1 – Основной процесс «поступление абитуриента»