

Ильченко И.А.

Таганрогский институт управления и экономики

г. Таганрог. ул. Петровская, 47

e-mail: i.ilchenko@tmei.ru

Анализ микросреды учреждений высшего образования на городском рынке образовательных услуг

Российские образовательные учреждения высшего образования функционируют в сложных условиях внешней среды, когда имеет место увеличение конкуренции между вузами на рынке образовательных услуг; сокращение студенческого контингента; повышение интереса предприятий и организаций к специалистам с определенным набором компетенций и др. [1], в связи с чем мониторинг факторов микросреды имеет практическое значение для осуществления вузом своей деятельности. Объектом исследования в данной работе являлся рынок образовательных услуг в сфере высшего образования г. Таганрога, предметом исследования – факторы микросреды учреждений высшего образования экономико-управленческо-правового профиля.

Образовательные учреждения высшего профессионального образования в г. Таганроге включают 5 вузов: 1) Инженерно-технологическая академия ЮФУ (ИТА «ЮФУ»); 2) Таганрогский институт им. А.П. Чехова (филиал) Ростовского государственного экономического университета (ТФ «РГЭУ»); 3) Частное образовательное учреждение высшего образования «Таганрогский институт управления и экономики» (ЧОУ ВО «ТИУиЭ»); 4) Таганрогский политехнический институт – филиал Донского государственного технического университета (ТФ «ДГТУ»); 5) Таганрогский филиал Российского нового университета (ТФ «РосНоУ»). Для проведения анализа внешней микросреды была использована модель конкурентных сил, действующих на компанию, М. Портера. Уровень отдельных параметров каждой угрозы оценивался по 3-балльной системе [2].

Соперничество существующих в отрасли компаний (первая сила модели М. Портера) характеризует угрозу внутриотраслевой конкуренции вузов, оказывающих образовательную услугу по направлениям экономико-управленческо-правового профиля, по оценкам экспертов, равно 11 баллам, что соответствуют высокому уровню угрозы. Действительно, такие услуги предоставляет значительное количество образовательных учреждений государственной и частной формы собственности не только в г. Таганроге и в Ростовской области, но и на территории России. Кроме того, степень дифференциации данной услуги на рынке относительно невелика, т.к. вузы предоставляют образовательную услугу в соответствии с требованиями, установленными федеральными стандартами. Темп роста объема рынка можно описать как стагнацию: спрос на услугу падает из-за уменьшения количества выпускников школ. Однако число поступивших на обучение в вузы лиц в последние десять лет превышает количество выпускников, т.к. увеличивается доля студентов заочной формы обучения и их средний возраст [1]. Ограничение в росте цен отсутствует, государством предлагается единый механизм расчета цены на образовательную услугу, учитывающий экономическую ситуацию, поэтому существует возможность повышения цен для покрытия растущих затрат. Вторая сила модели М. Портера – угроза появления новых конкурентов на рынке образовательных услуг, – составила 12 баллов, что соответствуют среднему уровню угрозы. Так, экономия за счет масштаба при оказании образовательной услуги имеет место только у некоторых образовательных учреждений, которые способны набирать по несколько групп на одно направление обучения. Это, как правило, государственные вузы, имеющие бюджетные места для обучения. В настоящее время значительная часть рынка предоставления услуг подготовки специалистов (бакалавров и магистров) представлена крупными вузами (результат объединения нескольких вузов). Можно отметить, что с точки зрения возможности дифференциации в оказании данной услуги имеются небольшие ниши, к которым можно отнести дистанционное образование, переподготовку и повышение квалификации кадров. Срок окупаемости затрат при входе в отрасль высшего профессионального образования высокий (более 1 года). Для открытия вуза необходим значительный размер начального капитала, создание штата квалифицированных научно-педагогических работников, формирование материально-технической базы образовательного учреждения, получение лицензии на ведение

образовательной деятельности и др., что и определяет величину срока окупаемости затрат. Доступ к каналам распределения производимой услуги можно считать ограниченным, при этом сфера образования полностью регулируется государством. Рост отрасли высшего профессионального образования практически отсутствует, о чем свидетельствует число вновь открываемых вузов и число абитуриентов. Относительно готовности участников снижать цены на образовательную услугу следует заметить, что крупные вузы не заинтересованы и не идут на снижение цен.

Угроза появления услуг-субститутов (заменителей), т.е. третья сила модели М. Портера, получила оценку 1 балл, что соотносится с низким уровнем угрозы. Это обусловлено тем, что получать обучение за рубежом довольно дорого, и потребители экономически не могут себе этого позволить. Четвертая сила модели М.Портера – способность поставщика (производителя) диктовать свои условия обуславливается количеством поставщиков, которое в силу индивидуальных особенностей предоставления образовательной услуги является большим. Переключение на других поставщиков характеризуется высокой стоимостью (например, заключение договоров с предприятиями на подготовку специалистов чрезвычайно сложно и в условиях экономического спада невозможно). Объемы предоставления образовательной услуги ограничены неблагоприятной демографической ситуацией с выпускниками школ и колледжей. Тем не менее, приоритетность получения образовательной услуги в вузе для поставщика является высокой, т.к. специальности экономического, управленического и юридического профиля пользуются спросом. Оценка данной угрозы в 6 баллов соответствуют среднему уровню.

Способность потребителей диктовать свои условия и в случае их невыполнения уходить к другому производителю услуги (пятая сила модели М. Портера) изучалась по следующим параметрам: количество покупателей с большим объемом потребления, вероятность переключения потребителя на аналогичную услугу, чувствительность потребителя к цене, удовлетворенность качеством услуги. Согласно полученным результатам, объем потребления образовательной услуги можно считать равномерно распределенным, поскольку потребители являются физическими лицами. Вероятность переключения потребителя на получение образования в другом вузе высокая, т.к. услуга должна строго соответствовать требованиям федеральных стандартов и законов, и все вузы в обязательном порядке выдерживают эти требования. Поэтому потребитель услуги может из соображений большей экономической привлекательности (менее высокая стоимость услуги), географических предпочтений (вуз расположен ближе к месту основного проживания или в мегаполисе с более высоким уровнем жизни населения и др.) и пр. перевестись на обучение такому же направлению подготовки в другой вуз. Чувствительность потребителя к цене услуги можно описать как среднюю: с одной стороны, это не товар повседневного спроса, а с другой – это важный этап в жизни человека, определяющей его дальнейшую трудовую деятельность в обществе. Удовлетворенность потребителя качеством получаемой услуги средняя, т.к., как правило, потребителя могут не устраивать те или иные дополнительные характеристики образовательной услуги, например, формы организации проведения занятий, контроля знаний, особенности прохождения практик. Величина пятой силы М.Портера составила 8 баллов, что соответствуют среднему уровню угрозы.

Таким образом, внешняя микросреда учреждений высшего образования г.Таганрога по модели М.Портера характеризуется следующим уровнем угроз: уровень угрозы внутриотраслевой конкуренции – высокий, уровень угрозы входа на рынок новых участников – средний, уровень угрозы со стороны услуг-заменителей – низкий, уровень угрозы со стороны поставщиков – средний, уровень угрозы ухода потребителей – средний.

Литература

1. Ильченко И.А. Анализ проблем отрасли высшего образования в контексте реализации парадигмы проблемно-ориентированных и инновационных вузов // Экономика и социум. 2017. № 6 (37). С.684-689.
2. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2013. 256 с.