

М. А. Мамаева

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ В ОБЛАСТИ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

В рыночной экономике образовательные учреждения действуют в условиях конкуренции. Конкурентная борьба на рынке образовательных услуг представляет собой соперничество между образовательными учреждениями, предлагающими схожие образовательные услуги, за привлечение клиентов. Решение задачи повышения конкурентоспособности вуза при ужесточении рыночных условий требует повышенного внимания к проблеме анализа образовательных потребностей в той или иной области с целью поиска конкурентных преимуществ и разработки эффективной стратегии развития вуза.

Ключевые слова: образовательные потребности, международный рынок образовательных услуг, конкурентоспособность, конкурентный анализ, высшее гидрометеорологическое образование.

•
М. А. Мамаева

Identification and analysis of education needs in the field of hydrology and meteorology for effective competitive development strategy of the Russian State Hydrometeorological University

Educational institutions compete with each other in the conditions of market economy. Competitive struggle in the educational services market is rivalry between educational institutions for attraction of clients. Obviously there is a competitive struggle between the high educational institutions offering similar educational services in the educational services market. Each higher educational institution aspires to undertake the actions directed on achievement of competitive advantage, thus, trying to find reliable positions in the market of similar educational services. Solving of a problem of increasing of competitiveness of the higher educational institution in the toughening market conditions demands special attention to a problem of the analysis of educational needs in different field with purpose to achieve competitive advantages and to develop effective development strategy of the higher educational institution.

Key words: educational needs, international market of educational services, competitiveness, competitive analysis, higher hydrometeorological education.

В настоящее время система образования в России находится в процессе трансформации, главными причинами которой являются изменившаяся политическая и экономическая обстановка, а также перспектива интеграции в мировое сообщество. Установление рыночных отношений значительно изменило условия функционирования и развития системы высшего образования. Эти условия характеризуются нестабильностью внешних факторов, недостаточным бюджетным финансированием высшей школы, а также появлением конкуренции на рынке образовательных услуг.

Конкуренция — это новое по сравнению с

советским периодом институциональное состояние в российской системе общего образования, возникшее в результате ее коммерциализации. Со стороны идеологов образовательной реформы на конкуренцию возлагаются задачи по оптимизации деятельности общеобразовательных учреждений, повышению качества образовательных услуг [5].

Для решения проблем обеспечения жизнестойкости вуза необходима разработка и реализация стратегии повышения его конкурентоспособности и конкурентоспособности производимых им услуг. Определение стратегии повышения конкурентоспособности вуза в первую оче-

редь предполагает ее оценку, возможную при помощи объективной методики анализа конкурентоспособности, нацеленной не только на оценку деятельности вуза, но и на выработку конкретных предложений по повышению его конкурентоспособности. Таким образом, разработка подобной методики, включающей конкретные мероприятия по оценке конкурентоспособности вуза и созданию стратегии повышения конкурентоспособности, позволила бы любому вузу укрепить свое положение на рынке.

При оценке конкурентоспособности образовательного учреждения и образовательных услуг в первую очередь представляется необходимым проведение анализа конкурентной среды, который включает в себя анализ информации об аналогичных программах других образовательных учреждений, их результатах и мнениях участников таких программ. Изучение сильных и слабых сторон основных конкурентов при этом является первоочередной задачей. Следует также помнить о целесообразности проведения анализа сильных и слабых сторон собственного образовательного учреждения с учетом анализа перспектив развития рынка образовательных услуг.

Оценке деятельности конкурентов предшествует сбор следующей информации: общие сведения об образовательном учреждении; образовательная деятельность: специальности и специализации; преподавательский состав; учебно-методическое обеспечение; система контроля результатов обучения и качества подготовки; научные исследования и разработки, консультационная деятельность; материальное, информационное и техническое обеспечение учебного процесса; особенности организации и проведения образовательных программ; система связей образовательного учреждения с клиентами и местными органами власти; маркетинговая деятельность образовательного учреждения; контакты с другими российскими и зарубежными образовательными учреждениями; оценка финансового состояния образовательного учреждения; система управления образовательным учреждением; стратегия развития образовательного учреждения.

При оценке сильных и слабых сторон конкурентов анализируются различные аспекты деятельности: известность образовательных учреждений (сложившееся о них и их программах мнение представителей отраслевых ассоциаций, торговых палат, специализированных средств массовой информации); масштабы их деятель-

ности; разнообразие и качество предлагаемых программ, материальная база; специфика и эффективность реализуемых ими мероприятий по продвижению программ на рынок.

В последние годы все большее число образовательных учреждений применяют так называемый бенчмаркинг [1], который можно определить как процесс сравнения предлагаемых образовательным учреждением на рынке продуктов и услуг с продуктами и услугами конкурентов или лидеров рынка для поиска путей улучшения качества собственных образовательных услуг и повышения эффективности работы собственного образовательного учреждения. Однако бенчмаркинг не является единственным способом повышения эффективности деятельности. Уделяя слишком пристальное внимание конкурентам, образовательное учреждение рискует отвлечься от совершенствования своих собственных достижений.

Для того чтобы разработать эффективную конкурентную стратегию, которая обеспечит образовательному учреждению преимущества перед соперниками, необходимо тщательно проанализировать ключевые факторы успеха собственного образовательного учреждения. Такой анализ получил название SWOT. Как известно, SWOT-анализ позволяет определить сильные и слабые стороны образовательного учреждения, которые оказывают наибольшее влияние на результаты его деятельности на рынке, а также выявить те возможности и угрозы, с которыми оно может столкнуться в ближайшем будущем при реализации своих конкурентных стратегий. Важнейшим направлением при этом является прогнозирование динамики и структуры образовательных потребностей потенциальных клиентов, спроса на образовательные услуги, появления новых образовательных продуктов и технологий, соотношения спроса и предложения на рынке.

Идентификация и анализ образовательных потребностей сводятся к сбору информации для выявления существующих проблем в управлении и разработке процедур и методов их решения, что в конечном счете приводит к обеспечению востребованности программ на рынке образовательных услуг и повышению их эффективности. Анализ образовательных потребностей можно представить в виде следующей общей схемы [4]:

— выявление образовательных потребностей (определение потребностей в новых знаниях, навыках и умениях тех, кто занимает или планирует занять конкретные должности, а также

тех, кто желает поменять профиль деятельности). Здесь следует в первую очередь определить, кто является потенциальным потребителем образовательных услуг. Это могут быть как частные лица, так и организации;

— изучение основных обязанностей потенциальных участников программы (потребителей образовательных услуг) и необходимой для выполнения должностных обязанностей квалификации;

— анализ целесообразности обучения (выяснение причин, лежащих в основе несоответствия фактического качества работы установленным стандартам).

Согласно данной схеме, в Российском государственном гидрометеорологическом университете была разработана анкета-опросник для представителей национальных гидрологических и метеорологических служб, которые являются основными потребителями образовательных услуг в области гидрометеорологии (здесь и далее — НГМС), а также для региональных метеорологических учебных центров Всемирной метеорологической организации (ВМО), являющихся специализированными образовательными учреждениями подготовки персонала для НГМС (здесь и далее — РУЦ) [2, 3]. Основываясь на данных, полученных с помощью анкетирования, в оболочке Microsoft Access были созданы две базы данных, первая из которых содержит информацию о 23 национальных гидрологических и метеорологических службах стран — членов ВМО, а вторая — данные о 13 региональных метеорологических учебных центрах ВМО.

Анализ собранной информации позволил сделать ряд интересных выводов. Остановимся на некоторых из них более детально. 71 % представителей НГМС стран, принявших участие в опросе, заявили, что они ощущают недостаток рабочих кадров в повседневной работе своих служб. Наиболее острыми проблемами, стоящими перед НГМС большинства стран, являются нехватка квалифицированных кадров и в связи с этим — острая необходимость периодического повышения квалификации или дополнительного обучения имеющегося персонала, а также нехватка учебных заведений и компетентного преподавательского состава и недостаточное техническое обеспечение учебного процесса. Недостаток практически всех РУЦ, как отметили представители НГМС, — отсутствие программ по развитию навыков преподавания и, как следствие, невозможность прошедшим обучение поделить свои знания с коллегами.

Согласно проведенному анализу, в условиях стремительного развития и введения современных технологий в повседневную работу НГМС оптимальная периодичность повышения квалификации / дополнительного обучения их персонала — это один раз в 2–3 года. Зачастую в странах не существуют или находятся в стадии разработки стандарты для определения качества выполняемой сотрудниками НГМС работы, а существующие схемы повышения квалификации сотрудников работают неэффективно.

Приоритетной задачей подавляющего большинства НГМС является предотвращение опасности и смягчение последствий стихийных бедствий. Из этого следует, что разработка методологий по оценке рисков и ущерба от опасных явлений, равно как и совершенствование и более широкое распространение новых методов прогнозирования катастроф и опасных явлений, выработки заблаговременных предупреждений, а соответственно, и обучение / повышение квалификации персонала НГМС в области экономической метеорологии и современных методов прогнозирования, представляется актуальным.

Следует заметить, что в НГМС большинства стран происходит развитие и активизация научно-исследовательской работы, направленной на изучение изменения климата и контроля загрязнения окружающей среды.

В настоящее время НГМС некоторых стран вводит краткосрочные обучающие программы для сотрудников по различным узким направлениям в области метеорологии и гидрологии с учетом региональных особенностей страны, обучение проводится специалистами, приглашаемыми из сторонних организаций. Однако предпочтительными методами и формами организации повышения квалификации и обучения персонала НГМС по-прежнему являются долгосрочные образовательные программы, по завершении которых обучающимся присваивается ученая степень.

Системы дистанционного обучения сотрудников НГМС на рабочем месте находят все более широкое применение в развитых странах. Согласно исследованию, проведенному Департаментом по образованию и подготовке кадров ВМО в 2002 г. [9], только 26 % государств — членов ВМО установили и успешно используют модули дистанционного обучения, большая часть из которых относится к развитым странам.

Основными проблемами, связанными с обучением персонала НГМС, являются следующие [8]: отсутствие современных обучающих

материалов, адаптированных к особенностям каждой страны и / или региона, невозможность поделиться знаниями с коллегами за неимением навыков преподавания, недостаточное техническое обеспечение учебного процесса. Кроме того, следует заметить, что 77 % опрошенных представителей РУЦ согласились, что необходимо периодически повышать уровень квалификации и компетентность их преподавательского персонала.

Представители НГМС стран Балтии и СНГ отметили, что часто незнание иностранных языков сотрудниками ограничивает возможности их участия в образовательных мероприятиях, проводимых, например, на английском языке.

Проведенный научно обоснованный анализ потребностей в образовании и подготовке кадров в области гидрометеорологии [6, 7] с помощью специализированных баз данных может служить отличной основой для разработки стратегии повышения конкурентоспособности российского гидрометеорологического образования.

Очевидно, что в условиях неустойчивой экономической ситуации весомое значение для эффективного функционирования любого вуза приобретает формирование и реализация эффективных конкурентных стратегий. Специфика образовательных услуг требует особенных подходов при использовании рыночных инструментов. Как было продемонстрировано ранее в рамках данной работы, особенность маркетинга гидрометеорологических образовательных услуг состоит в том, что учебные заведения работают одновременно очень тесно на двух рынках, а именно на рынке труда и рынке образовательных услуг. В связи с этим перед нами стоит задача разработки конкурентных стратегий, учитывающих интересы двух сторон. Очевидно, что вуз должен иметь возможность принимать самостоятельные решения. При формировании стратегий вуза также важно учитывать последствия проводимых образовательных реформ в стране и в мире. Некоторые авторы утверждают, что конкурентная стратегия вуза — это объемное понятие, охватывающее все виды деятельности образовательного учреждения — учебную, научную, управленческую, экономическую. Применение методов моделирования в формировании конкурентной стратегии позволит вузу более успешно решить проблему повышения своей конкурентоспособности на рынке образовательных услуг. Следует помнить, что разработка стратегии развития вуза

может быть основана только на детальном анализе всей доступной информации. Возможными методами анализа такой информации могут стать корреляционный и статистический анализ, метод экспертных оценок, методы опроса, факторная оценка, анализ динамики и пр. Таким образом, внедрение принципов стратегического управления в деятельности вуза позволит учебному заведению обеспечить себе конкурентоспособное положение на рынке труда и образовательных услуг.

1. Аржанова И. В., Райчук Д. Ю. Бенчмаркинг как инструмент формирования международных совместных образовательных программ в России // Университетское управление: практика и анализ. 2005. № 4(37). С. 56–59.

2. Богущ А. И., Мамаева М. А., Чичасова В. М. Российский региональный учебный центр Всемирной метеорологической организации и его участие в Программе добровольного сотрудничества // Проблемы гидрометеорологического образования : сб. докл. совещ.-семинара, 5–7 окт. 2005 г. / под ред. А. И. Бедрицкого и Г. Н. Чичасова. М. : Метеоагентство Росгидромета, 2005. С. 108.

3. ВМО № 258. Руководящие принципы образования и подготовки кадров в области метеорологии и оперативной гидрологии. 4-е изд. / под ред. И. Драгичи и др. Женева : Секретариат ВМО, 2003. Т. 1, 2. 132 с.

4. Деревягина Л. Н., Лысенко А. Ю. Маркетинг образовательных услуг. М. : НВТ-Дизайн, 2001. 228 с.

5. Каушур В. В. Предпосылки активизации конкурентной борьбы общеобразовательных учреждений в современной России // Наука. Технологии. Инновации : материалы Всерос. науч. конф. молодых ученых : в 6 ч. Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2004. Ч. 6. С. 125–126.

6. Bogush A., Mamaeva M. Popularization of Meteorology and Hydrology as the Element of Sustainable Development of the WMO Regional training Centre in the Russian Federation // Proceeding of the tenth WMO Symposium on Education and Training (SYMET-X), Nanjing, China, 18–22 Sept. 2006. Nanjing, 2006. P. 48–49.

7. Bogush A., Mamaeva M. Studying of Potential and Tendencies in Evolution of the Educational Service Market in the field of Hydrometeorology // Proceeding of Computer-Aided Learning (CALMet VII), Beijing, China, 2–7 July 2007. Beijing, 2007. P. 36–37.

8. Karlin L., Bogush A., Mamaeva M. Innovative Professional Higher Education in Hydrometeorology // Proceeding of Computer-Aided Learning (CALMet VII). Beijing, China, 2–7 July 2007. Beijing, 2007. P. 16–17.

9. WMO/TD № 1154 WMO Survey 2002. Members Training Requirements, Opportunities and Capabilities in Meteorology and Operational Hydrology / ed. by I. K. Al-Atwi, I. F. Draghici. Geneva-Switzerland : Secretariat of the WMO, 2003. 66 p.