

**Бочков Д.В.,**

*к.э.н., доцент кафедры управления образованием, Институт непрерывного образования ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: [dionisoren@mail.ru](mailto:dionisoren@mail.ru)*

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ОПЫТНО-ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УЧЕБНОГО ЦЕНТРА ГУП «СТРОЙЗАКАЗЧИК»**

### **Аннотация**

В статье раскрыты теоретико-методологические вопросы построения модели управления конкурентоспособностью учебного центра на рынке образовательных услуг дополнительного профессионального образования. В ходе опытно-экспериментальной работы определены факторы, оказывающие наибольшее влияние на формирование конкурентной позиции учебного центра., сформулированы целевые ориентиры и поставлены задачи на каждом этапе эксперимента. Выявлены и описаны целевые аудитории участников модели повышения конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик» и на этой основе разработан план мероприятий по формированию репутации учебного центра ГУП «Стройзаказчик» с пошаговой инструкцией его выполнения. В заключении дана оценка жизнеспособности предложенной модели в условиях регионального рынка услуг дополнительного профессионального образования.

**Ключевые термины и понятия:** конкурентоспособность, конкурентоспособная позиция, оценка конкурентоспособности, учебный центр, образовательная услуга, региональный рынок образовательных услуг, модель, модель повышения конкурентоспособности, организационно-маркетинговые условия, управление конкурентоспособностью.

**Bochkov D.V.,**

*candidate of economic sciences, Associate Professor of education management  
Orenburg State Pedagogical University (OSPU), Orenburg, Russian Federation,  
e-mail: [dionisoren@mail.ru](mailto:dionisoren@mail.ru)*

**THE RESULTS OF EXPERIMENTAL WORK TO IMPROVE THE  
COMPETITIVENESS OF THE TRAINING CENTER OF SUE  
"STROYZAKAZCHIK"**

**Annotation**

The article reveals the theoretical and methodological issues of building a model for managing the competitiveness of a training center in the market of educational services of additional professional education. In the course of experimental work, the factors that have the greatest impact on the formation of the competitive position of the training center have been identified, targets have been formulated and tasks have been set at each stage of the experiment. The target audiences of the participants of the model of increasing the competitiveness of the training center of SUE Stroyzakazchik have been identified and described, and on this basis, an action plan has been developed to build the reputation of the training center of SUE Stroyzakazchik with step-by-step instructions for its implementation. In conclusion, an assessment of the viability of the proposed model in the conditions of the regional market of additional vocational education services is given.

**Key terms and concepts:** competitiveness, competitive position, assessment of competitiveness, training center, educational service, regional market of educational services, model, model of increasing competitiveness, organizational and marketing conditions, competitiveness management

Опытнo-экспериментальная работа по проблеме повышения

конкурентоспособности учебного центра на региональном рынке дополнительных услуг проводилась на базе учебного центра государственного унитарного предприятия Оренбургской области «Стройзаказчик» (ГУП «Стройзаказчик»).

Работа проходила в три этапа.

На первом этапе (сентябрь 2020 – август 2021) изучалась и анализировалась литература по проблеме исследования. Определялись методологические и теоретические основы исследования, формулировался научный аппарат исследования. Формировалась научно-методическая база для проведения экспериментальной работы по совершенствованию конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик».

На втором этапе (сентябрь 2021 – май 2022) проверялись основные выводы и положения в процессе экспериментальной работы; апробировались организационно-маркетинговые условия управления конкурентоспособностью организации в системе дополнительного профессионального образования.

На третьем этапе (июнь – декабрь 2022) систематизировались и обобщались данные экспериментальной работы; формулировались общие выводы и оформлялись результаты исследования.

Цель экспериментальной работы заключалась в разработке и дальнейшем внедрении модели конкурентоспособности на примере учебного центра ГУП «Стройзаказчик».

На основе цели экспериментальной работы были определены и решены следующие задачи:

1. Проанализировать конкурентоспособность учебного центра ГУП «Стройзаказчик» на рынке.
2. Осуществить внедрение модели повышения конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик».
3. На основе полученных данных подвести итоги проделанной работы.

Используя моделирование в качестве исследовательского инструмента, мы разработали модель повышения конкурентоспособности учебного центра

ГУП «Стройзаказчик» на рынке услуг дополнительного профессионального образования, построенную в рамках психологического, социологического и экономического подходов. Под моделью в нашем исследовании мы будем понимать целостное сопровождение процесса изучения предпочтений потенциального потребителя образовательных услуг и разработки наиболее подходящих маркетинговых действий по его привлечению и удержанию в образовательной организации.

Как отмечают исследователи, конкурентоспособность образовательной организации зависит от качества образования, его соответствия потребностям общества и самого человека. При этом конкурентоспособная образовательная организация характеризуется такими показателями как осуществление инновационной и маркетинговой деятельности; обеспечение качества образования; эффективное ведение финансово-экономической деятельности; повышение уровня профессиональной квалификации педагогических кадров.

В соответствии с данными показателями была разработана и предложена к апробации модель повышения конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик», которая представлена на рисунке 1.

В целях повышения конкурентоспособности определены группы участников проекта по повышению конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик», показана их возможная заинтересованность в участии в проекте, что демонстрируют данные таблицы 1.

Цель создания модели – сформировать конструкцию, воплощающую структуру повышения конкурентоспособности учебного центра как образовательной организации дополнительного профессионального образования.

Спроектированная модель позволяет наглядно представить сущность процесса повышения конкурентоспособности учебного центра, выявить изменения, которые могут происходить в маркетинговой деятельности образовательной организации в процессе повышения ее конкурентоспособности, определить условия эффективного взаимодействия с

потребителем образовательных услуг.



Рисунок 1 – Модель повышения конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик»

Таблица 1 – Целевые аудитории участников модели повышения конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик»

Наименование групп участников проекта	Интересы/мотивы	Инструмент влияния
Обучающиеся	Комфорт / получение качественного дополнительного профессионального образования	Участие в творческих проектах, конкурсах и т.п., результаты аттестации
Педагоги	Самореализация / заработная плата	
Работодатели	Качественное дополнительное профессиональное образование, безопасность / повышение конкурентоспособности работника	Поддержка творческих начинаний
Администрация учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	Повышение результативности, конкурентоспособности ГУП «Стройзаказчик»	Инициирование и сопровождение
Администрация муниципального образования	Имидж / профессиональной отрасли в регионе	Лоббирование проекта по повышению конкурентоспособности
Учредители ГУП «Стройзаказчик»	Рейтинг / бюджетное финансирование	Поддержка проекта по повышению конкурентоспособности

Цель спроектированной модели предполагает формирование системы повышения конкурентоспособности в учебном центре ГУП «Стройзаказчик» и заключается в определении стратегии и тактики учебного центра по изучению рынка дополнительных образовательных услуг, активному воздействию на потребительский спрос и удовлетворению потребностей реальных и потенциальных потребителей образовательных услуг учебного центра.

Для достижения цели были выдвинуты следующие задачи:

- создание или генерация интереса со стороны потенциальных потребителей образовательных услуг;
- установление обратной связи в целях формирования потребительской лояльности.

Методологический блок определяет подходы и принципы, на которых строится модель. К качеству основных методологических подходов мы рассматриваем психологический, социологический и экономический.

Содержательно модель ориентируется на факторы повышения конкурентоспособности образовательной организации: психологические, информационные, сбытовые и экономические факторы.

Психологические факторы:

- осознание образовательной потребности;
- актуализация и обновление спектра образовательных услуг для своевременного удовлетворения образовательных предпочтений;
- анализ перечня и содержания образовательных услуг в сравнении с предлагаемыми конкурентами;
- влияние на осознанный выбор и приобретение услуги со стороны потребителя;
- изучение, анализ и оценка степени удовлетворенности потребителя качеством образовательной услуги.

Информационные факторы:

- аннотация дополнительной образовательной программы;
- наличие рецензии/экспертного заключения;

- информация об учебном плане;
- информация о технологиях обучения;
- информация о цене образовательной услуги;
- реклама.

Сбытовые факторы:

- форма предоставления образовательной услуги;
- комфортность получения образовательной услуги;
- посткурсовое сопровождение обучающегося.

Экономические факторы:

- лояльность ценовой политики;
- возможность получения скидок, наличие акций;
- предоставление других материальных выгод.

Для выполнения повышения конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик» разработана пошаговая инструкция формирования репутации учебного центра ГУП «Стройзаказчик» и определены управленческие действия, которые будут предприниматься в ходе реализации проекта. План мероприятий по формированию репутации учебного центра ГУП «Стройзаказчик» представлен в таблице 2.

Таблица 2 – План мероприятий по формированию репутации учебного центра ГУП «Стройзаказчик»

Мероприятие	Цель	Участники	Сроки
Подготовительный этап			
Совещание при руководителе учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	Создание рабочей группы, протокол	Педагогический коллектив	10.09.2021-14.09.2021
Педагогический совет	Владение	Члены рабочей	17.09.2021-



Мероприятие	Цель	Участники	Сроки
«Модель повышения конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик»»	информацией для организации работы	группы, педагогический коллектив	21.09.2021
Обучающий семинар (вебинар) для педагогов учебного центра ГУП «Стройзаказчик» «Азбука репутационного менеджмента»	Формирование компетенций педагогов в рамках репутационного менеджмента	Специалист по репутационному менеджменту, педагогический коллектив	24.09.2021- 26.09.2021
Онлайн-интервью с руководителем проекта	Формирование положительного имиджа учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	Руководитель проекта, IT – специалист, рабочая группа	27.09.2021- 28.09.2021
<b>Основной этап. Репутационный аудит</b>			
Социологический опрос (обучающихся, педагогов, администрации) на предмет удовлетворенности деятельностью учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	Сбор информации о существующей репутации учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	Члены рабочей группы	01.10.2021- 05.10.2021
Анализ результатов социологического опроса на предмет удовлетворенности деятельностью учебного	Получение результатов социологического опроса	Члены рабочей группы	08.10.2021- 12.10.2021

Мероприятие	Цель	Участники	Сроки
центра ГУП «Стройзаказчик»			
Совещание при руководителе «Контент- анализ конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик»»	Информирование педагогического коллектива о работе учебного центра ГУП «Стройзаказчик» в рамках проекта	Члены рабочей группы, педагогический коллектив	15.10.2021- 16.10.2021
Конкурс проектов обучающихся «Конкурентоспособный учебный центр» в ГУП «Стройзаказчик»	Включение обучающихся в процесс активизации социального опыта, коммуникативных умений и навыков, профессиональных компетенций	Руководитель проекта, обучающиеся	17.10.2021- 23.10.2021
Открытая конференция «Репутация учебного центра ГУП «Стройзаказчик» как фактор повышения конкурентоспособности»	Формирование у групп участников проекта устойчивого имиджа учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	Члены рабочей группы, педагогический коллектив, участники проекта	24.10.2021- 26.10.2021
Вебинар «Профессионализм – путь к успеху»	Усиление взаимодействия между представителями	Члены рабочей группы, представители работодателей	29.10.2021- 31.10.2021

Мероприятие	Цель	Участники	Сроки
	работодателей и педагогами учебного центра		
Ежемесячный блиц опрос обучающихся «Педагог глазами обучающихся»	Оценка рейтинга педагогов с позиции обучающихся	Члены рабочей группы, обучающиеся	01.11.2021-02.11.2021
Основной этап. Внедрение алгоритма «Репутационный навигатор» – мероприятия по улучшению и поддержанию репутации			
Индивидуальные психологические консультации для педагогов	Расширение профессиональных компетенций педагогов	Педагог-психолог, педагогический коллектив	05.11.2021-08.11.2021
Тренинг для педагогов по формированию корпоративной культуры «наши ценности»	Формирование ценностного отношения педагогов к ГУП «Стройзаказчик»	Члены рабочей группы, педагогический коллектив	09.11.20201
Мониторинг участия и результативности обучающихся, педагогов в различных мероприятиях в рамках профессиональной деятельности	Сбор и анализ информации	Члены рабочей группы	12.11.2021-16.11.2021
Конкурс дизайнерских идей в ГУП «Стройзаказчик» по оформлению внутреннего	Активизация социальной активности педагогов и	Руководитель проекта, педагоги, обучающиеся	19.11.2021-23.11.2021

Мероприятие	Цель	Участники	Сроки
пространства	обучающихся		
Основной этап. Мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана, оценка результативности и эффективности плановых мер, текущая корректировка			
Онлайн конференция «Вопросы и ответы»	Включение работодателей в процесс формирования доступности и открытости учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	Члены рабочей группы	26.11.2021-28.11.2021
Анкетирование групп участников на предмет удовлетворенности деятельностью учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	Сбор и анализ информации	Члены рабочей группы, педагогический коллектив, обучающиеся	29.11.2021-05.12.2021
Заседание рабочей группы «Регулировка репутационного навигатора»	Анализ работы и эффективности внедрения проекта в учебном центре ГУП «Стройзаказчик», коррекция работы	Руководитель проекта, члены рабочей группы	06.12.2021-07.12.2021
Заключительный этап			
Публичная презентация	Реклама проекта,	Участники	10.12.2021-

Мероприятие	Цель	Участники	Сроки
опыта по внедрению проекта	укрепление имиджа учебного центра ГУП «Стройзаказчик»	проекта	14.12.2021
Брифинг «Итоги внедрения алгоритма «Репутационный навигатор»»	Изучение и обобщение опыта внедрения проекта в учебном центре ГУП «Стройзаказчик»	Руководитель проекта	17.12.2021-19.12.2021

Спецификой модели повышения конкурентоспособности является создание пошаговой инструкции стратегического планирования процесса формирования репутации учебного центра ГУП «Стройзаказчик». Пошаговая инструкция дает возможность перейти от стихийного формирования репутации учебного центра к управляемому процессу, тем самым повысить его конкурентоспособность. Эффективность данного инструмента позволит решить целый ряд других проблем, напрямую связанных со стратегией развития ГУП «Стройзаказчик»: привлечение высокомотивированных педагогов, обеспечение их профессионального роста и, как следствие, повышение качества образования в самом широком смысле.

Организованный в рамках исследования формирующий эксперимент, представлял собой систематическую целенаправленную деятельность административно-педагогического коллектива по повышению конкурентоспособности организации в системе ДПО, основанную на выводах теоретического исследования данного вопроса и данных, полученных в ходе анализа деятельности организации. В соответствии с целью и поставленными задачами исследования, а также этапами организации экспериментальной работы по разработке и внедрению модели повышения конкурентоспособности

организации в системе ДПО была проведена первоначальная оценка качества образовательных услуг в учебном центре ГУП «Стройзаказчик».

Разработка модели конкурентоспособности образовательных услуг в организации в системе ДПО будет реализовываться в следующих этапах:

Этап 1. Определение стратегической миссии организации системы ДПО.

Этап 2. Анализ системы оценки качества образовательных услуг в организации системы ДПО.

Этап 3. Описание (выбор) методики оценки качества эффективности повышения качества образовательных услуг в организации системы ДПО.

Этап 4. Внедрение модели повышения конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик».

На основании оценки конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик», мы можем предложить несколько практических рекомендаций:

1. Необходимость разработки системы мероприятий по улучшению имиджа учебного центра с целью обеспечения конкуренции на рынке образовательных услуг.

2. Увеличение внебюджетных поступлений с помощью расширения в учебном центре ГУП «Стройзаказчик» направлений по дополнительному профессиональному образованию.

3. Увеличение доли реализуемых программ дополнительного профессионального образования, ориентированных на новые ФГОС (ТОП-50).

4. Привлечение к участию в образовательном процессе учебного центра высококвалифицированных специалистов со стороны работодателей, руководящих и педагогических кадров, имеющих ученую степень.

5. Необходимость расширения сферы социального партнерства в области стажерской практики.

6. Необходимость разработки долгосрочной программы оптимизации кадрового потенциала учебного центра, ориентированной на привлечение специалистов-практиков к педагогической деятельности, на регулярное

повышение квалификации в области новых технологий, стажировок в лучших образовательных учреждениях города и страны (изучение новых педагогических технологий).

7. Необходимо активное сотрудничество с местными средствами массовой информации, используя для этого любые информационные поводы, для пропаганды достижений образовательной организации системы ДПО. Использование при этом самых разных аргументов. Постоянный поиск наиболее эффективной и актуальной формулы такой пропаганды, поскольку средства массовой информации являются своеобразными посредниками между образовательной организацией и обществом: именно благодаря своевременному информированию о планах и достижениях, можно существенно расширить круг своих потенциальных партнеров и сформировать позитивное мнение о себе в глазах окружающих.

Реализация формирующего этапа эксперимента позволила достичь положительной динамики практически по всем определенным показателям конкурентоспособных преимуществ. Целенаправленная реализация системы мероприятий, направленных на укрепление конкурентоспособности образовательной организации положительно повлияла на качество предоставляемых услуг, общую внешнюю оценку организации заказчиками и партнерами, позволила укрепить внутренний имидж организации, сделала причастность к организации более ценным и значимым для участников образовательного процесса.

Безусловно, делать однозначные выводы о повышении конкурентоспособности учебного центра по окончании нашего исследования не представляется возможным в связи с краткосрочностью периода. Однако полученные результаты в рамках данного исследования, позволяют говорить о значимой положительной тенденции при реализации предложенной модели.

Реализации рассмотренной модели конкурентоспособности будет способствовать повышению конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик», повышения востребованности его образовательных услуг на

### Список литературы

1. Ахматова, М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. – 2013. – № 4 (71). – С. 25-38.
2. Ганаева, Е.А. Некоторые аспекты достижения конкурентоспособности образовательных учреждений / Е.А. Ганаева // Модернизация образования: проблемы и перспективы: материалы регион. науч.-практ. конф. – Оренбург: Изд-во ОГПУ, 2017. – ч. 1. – 397 с.
3. Гараев, И.М. Анализ состояния проблемы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг / И.М. Гараев, Х.А. Фасхиев. – Камск: Камский государственный политехнический институт. – 2015. – 79 с.
4. Джой, Е.С. Возможности формирования конкурентных преимуществ образовательного учреждения / Е.С. Джой // Научно-теоретический журнал «Современная школа». – 2020. – № 2 (4). – С. 96-97.
5. Дополнительное профессиональное образование в условиях модернизации: материалы восьмой всероссийской научно-практической интернет-конференции (с международным участием) / под науч. ред. М.В. Новикова. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2016. – 200 с.
6. Зубарев, Д.Н. Конкурентоспособность государственных, муниципальных бюджетных и автономных учреждений: основы формирования институциональной модели оценки / Д.Н. Зубарев // Экономика: вчера, сегодня и завтра. – 2018. – № 8. – С. 11-14.
7. Зубкова, Г.Л. Конкурентоспособность образовательной организации в современных социально-экономических условиях / Г.Л. Зубкова, Д.В. Бочков // Вопросы дополнительного профессионального образования. – 2017. – № 2 (8). – С. 69-74.
8. Ковалев, В.А. Система дополнительного профессионального



образования: основные проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс] / В.А. Ковалев // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2014. – № 4 (16). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya-osnovnye-problemy-i-perspektivy-razvitiya>.

9. Комков, В.А. К вопросу о совершенствовании системы дополнительного профессионального образования [Электронный ресурс] / В.А. Комков и др. // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2019. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sovershenstvovanii-sistemy-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya>.

10. Нурутдинова, А.Р. Конкурентоспособность образовательного учреждения: на примере дополнительного профессионального образования [Электронный ресурс] / А.Р. Нурутдинова, Е.В. Дмитриева // Инновационная наука. – 2017. – № 3-2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya-na-primere-dopolnitelnogo-professionalnogo-obrazovaniya>.

11. Рудь, Е.М. Конкурентоспособность: концептуальные подходы и уровни исследования / Е.М. Рудь // Известия Саратовского университета. – 2021. – Т. 21. – вып. 1. – С. 18-22.

12. Санникова, А.Н. Определение конкурентоспособности и качества услуг в системе дополнительного образования [Электронный ресурс] / А.Н. Санникова // Молодой ученый. – 2020. – № 16 (306). – С. 320-322. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/306/68856/>

13. Сучкова, Е.А. Методы оценки конкурентоспособности организации [Электронный ресурс] / Е.А. Сучкова, И.Ю. Харламова // Молодой ученый. – 2020. – № 4 (294). – С. 156-159. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/294/66846/>