

том числе цренов для варки соли, так как стоимость доставки из европейской части России была очень высокая. Железная руда была обнаружена в районе Якутска, где её издавна добывали и использовали якуты. Однако разработка этих рудопоявлений сдерживалось отсутствием достаточного числа людей, умеющих находить и добывать руду, а также выплавлять из неё железо. Рудопоявления медных руд были открыты на р. Оленёк [15].

Для обеспечения порохом местных воинских гарнизонов требовалось организовать производство селитры. Для этого в XVII в. специально предпринимались поиски ископаемой серы и «селитренной земли». Важным лесным промыслом являлось и производство поташа, который употреблялся для производства мыла. Но не только ресурсы для местных нужд интересовали государство. На новых восточных землях власти рассчитывали найти надёжный источник драгоценных металлов (золота и серебра) для наполнения казны.

Якутские воеводы XVII в. по заданию царского двора приложили большие усилия для поисков серебряных руд на северо-востоке. Почти во всех наказных памятях казакам, отправлявшимся в «новые земли», обязательно имелся пункт с указанием на необходимость поисков «серебра». Хотя эти поиски не принесли ожидаемых результатов, они показывают, какой интерес проявляло государство к освоению севера Сибири. Они заложили фундамент для дальнейшего изучения и освоения этих земель.

Все эти новые территории в исторически короткий срок были присоединены к Российскому государству. Так была определена восточная граница Российской Арктической зоны.

Работа выполнена при финансовой поддержке проекта программы Президиума РАН «Поисковые фундаментальные научные исследования в интересах развития Арктической зоны Российской Федерации».

ЛИТЕРАТУРА

1. Багров Л.С. История географической карты // Вестник археологии и истории. XXIII. Петроград, 1918. 26 с.
2. Белов М.И. Арктическое мореплавание с древнейших времен до середины 19 века // История открытия и освоения Северного морского пути. Т. 1, М.: Морской транспорт, 1956. 596 с.
3. Белов М.И., Овсянников О.В., Старков В.Ф. Мангазья: Мангазейский морской ход. Л.: Гидрометеоздат, 1980. 164 с.
4. Булатов В.Н. Русский север. Кн. 2 Встречь солнца (XV—XVII века). Архангельск: Изд-во ПГУ, 1998. 352 с.
5. Глембоцкая Т. В. Горнорудный промысел в российском государстве // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал) 2009. № 12. Т. 14. С. 238—248.
6. Денисов В.В. Хронология Таймыра: хронология исторических событий генезиса Таймыра и Норильского района. Норильск: АПЕКС, 2009. 224 с.
7. Карамзин Н.М. История Государства Российского: В XII томах. В 3 книгах. Книга 2, тома V-VIII. М.: Изд-во АСТ, 2008. 733 с.
8. Курлаев Е.А., Манькова И.Л. Освоение рудных месторождений Урала и Сибири в XVII веке. М.: Изд-во Древлекранилище, 2005. 324 с.
9. Лобанов К.В. Золото Циркум-Арктической зоны. Смирновский сборник 2015. М.: МАКС Пресс, 2015. С. 40—55.
10. Максимов М.М. Очерк о серебре М.: Недра, 1981. 207 с.
11. Металлургические заводы Урала XVII—XX век. Екатеринбург: Академкнига, 2001. 536 с.
12. Никитин Н.И. Освоение Сибири в XVII веке. М.: Просвещение, 1990. 144 с.
13. Окладников Н.А. Российские колумбы. Мезенские полярные мореходы и землепроходцы (XVI—начало XX века). Архангельск: ОАО «Правда Севера», 2008. 358 с.
14. Очерки русской культуры XIII—XV веков. Ч. I. Материальная культура / Под ред. А.В. Арциховского. М.: Изд-во МГУ, 1969. 480 с.
15. Шахнович М.М., Скамницкая Л.С. Локализация мест добычи слюды в позднем средневековье в Северной Карелии и на Кольском полуострове // Известия Иркутского государственного университета. 2014. Т. 9. С. 141—152.

УДК 378

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Е.С. КУШЕЛЬ

*Российский государственный геологоразведочный университет
117997, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 23; e-mail: science@mrgri-rggru.ru*

Анализ конкурентоспособности вуза рассматривается как совокупность подсистем, уровень развития которых определяет его конкурентные преимущества. Выделены подсистемы: основной, вспомогательной, обеспечивающей деятельности вуза.

Ключевые слова: конкурентоспособность; высшая школа; факторы конкурентоспособности; стратегический анализ.

SOME FEATURES OF THE COMPETITIVE RELATIONS IN HIGH SCHOOL

E.S. KUSHEL'

Russian State Geological Prospecting University

117997, Russian Federation, Moscow, Miklouho-Maklay's street, 23; e-mail: science@mgri-rggru.ru

An analysis of the competitiveness of the high school is considered as a patch of the subsystems, which level of development determines its competitive advantages. The subsystems have been distinguished: basic high school activity, additional high school activity, providing high school activity.

Keywords: competitiveness; high school; factors of competitiveness; strategic analysis.

Конкурентоспособность организации следует рассматривать как одну из базовых категорий современной экономической теории, в решающей степени определяющей рыночное поведение. Многие положения теории конкуренции, безусловно, применимы и к образовательным организациям высшей школы. Последние, несмотря на преимущественно государственный статус и централизованное финансирование, функционируют и развиваются в реальной рыночной среде, соперничая с родственными (в том числе негосударственными) учебными структурами за привлечение контингента, получение сторонних заказов на выполнение профильных НИОКР и оказание разнообразных образовательных, научно-методических и консалтинговых услуг. При этом внешняя экономико-правовая среда функционирования российских вузов в современный период находится в весьма нестабильном состоянии, заставляя образовательный менеджмент адаптироваться к новым условиям как ближайшего, так и отдаленного окружения конкурентов и других «заинтересованных сторон» [1, 5].

Важно при этом учитывать общие требования стратегического менеджмента к системе анализа и управления конкурентоспособностью. Так, согласно разработкам лидирующих мировых специалистов в области конкурентоспособности, достижение устойчивого конкурентного преимущества (выражаемого для нашего случая, прежде всего в превосходстве над родственными организациями в способности привлекать, удерживать контингент учащихся, удовлетворять их потребности в получении знаний и способствовать эффективному трудоустройству) является *основой* успешной стратегии организации [4, 6, 7]. Среди многочисленных способов достижения конкурентного преимущества вуза главными являются:

1) предложение образовательной услуги по относительно более низким ценам, чем у родственных структур. (Естественно не за пределами себестоимости).

2) предложение студентам более эффективных методик получения и усвоения знаний, умений и навыков, за счет привлечения наиболее компетентных преподавателей и рациональной организации учебно-воспитательного процесса;

3) создание более широкой гаммы рыночно востребованных товаров и услуг, дополняющих продукцию (образовательные услуги) основной деятельности.

В этих целях вуз организует деятельность своих подсистем отличным от конкурентов образом и создает такие компетенции и ресурсы, которые конкурентам трудно и невозможно воспроизвести [5]. При этом конкурентная стратегия во многих случаях должна рассматриваться как относительно самостоятельное направление в системе образовательного менеджмента вуза, наряду с базовыми функциональными стратегиями. В содержание конкурентной стратегии должно входить определение перспективных целей и принципиальных механизмов их достижения в области привлечения контингента обучаемых, удовлетворения их потребностей в знаниях, укрепления своих позиций на соответствующих (федеральном, региональном, международном) рынках образовательных, научно-технических и консалтинговых услуг [3].

В контексте конкурентоспособности следует особо выделить предпринимательскую деятельность вуза, которая представляет собой самостоятельный элемент образовательного менеджмента, целью которого является выявление и реализация таких способов получения дополнительных (внебюджетных) доходов, которые бы не приходили в органическое несоответствие с основными задачами высшей школы, включая реализацию общественно значимых функций социально-духовного характера [2].

Важным методологическим положением стратегического анализа конкурентоспособности вуза является рассмотрение последнего как совокупности подсистем, уровень развития которых в той или иной степени определяет его конкурентные преи-

мущества. Пример видения соответствующих подсистем приведен ниже.

I. Комплекс сфер основной деятельности вуза

1. Образовательная деятельность: а) довузовская подготовка (обучение на подготовительных курсах; индивидуальное репетиторство); б) высшее профессиональное образование (обучение российских студентов; обучение по второй и последующим специальностям; обучение на курсах по отдельным дисциплинам; углубленное изучение отдельных дисциплин сверх учебных программ; обучение по индивидуальным планам (стажировка на кафедрах); в) дополнительное профессиональное образование (повышение квалификации; профессиональная переподготовка; получение дополнительной квалификации); г) послевузовское образование (подготовка аспирантов и соискателей; докторантура); д) образовательная деятельность филиалов; е) прочие образовательные услуги.

2. Научно-исследовательская деятельность: а) создание и передача научной (научно-технической) продукции, объектов интеллектуальной собственности, в том числе на экспорт; б) консультирование; в) экспертиза; г) патентные работы; д) рецензирование; е) выполнение научно-исследовательских работ на конкурсной основе, включая гранты.

3. Международная деятельность: а) привлечение иностранных студентов; б) ведение образовательной деятельности в иностранных государствах; г) совместная с иностранными компаниями (в том числе с вузами) организация образовательных программ; д) совместное осуществление научных проектов (фандрайзинг).

II. Комплекс сфер вспомогательной (предпринимательской) деятельности

1. Развитие рынка собственных товаров и услуг по профилю вуза.

2. Развитие коммерческого менеджмента недвижимости (арендные отношения).

III. Комплекс сфер обеспечивающей деятельности

1. Блок финансово-экономической деятельности: а) размещение средств на депозитные счета; приобретение акций, облигаций, сертификатов, иных ценных бумаг и получение доходов по ним; б) взносы юридических и физических лиц (в том числе иностранных), в том числе пожертвования, подарки, взносы, включая благотворительные и попечительские, целевые и спонсорские; в) реализация основных средств, материалов, непрофильных активов; г) ценообразование образовательных услуг.

2. Блок материально-технической деятельности: а) получение доходов от автостоянок и гаражей, созданных на территории вуза; б) производство и реализация печатной продукции; в) услуги множительных центров; г) деятельность ремонтных бригад.

3. Блок социальной деятельности: а) медицинское, экскурсионное и культурно-массовое обслуживание; б) организация досуговой деятельности; в) услуги библиотеки; использование спортивного комплекса.

Следует отметить, что представление вуза как системы, состоящей из взаимоувязанных подсистем («блоков») имеет принципиальное методологическое значение для стратегического управления факторами конкурентоспособности. Дело в том, что каждая из стратегически значимых подсистем деятельности вуза вносит свой «вклад» в конкурентоспособность образовательной организации в целом. Например, рассматривать конкурентоспособность образовательных услуг вуза, не учитывая при этом состояния таких его подсистем, как кадровый и (или) материально-технический ресурс, вряд ли продуктивно. Аналогично, стратегический анализ конкурентоспособности научно-технической продукции вуза не может быть результативным без учёта состояния опытно-экспериментальной базы вуза, наличия научных школ, собственных ноу-хау и т. д.

Мы предлагаем рассмотреть, концептуальный подход, в основе которого лежат следующие постулаты.

Первый. Оценка и анализ конкурентоспособности вуза должны производиться в разрезе таких (основных) видов его деятельности, результаты которых могут быть реализованы на рынке. Иначе говоря, эти результаты должны иметь способность приобретать форму товара, обладающего конкретными потребительскими и стоимостными параметрами, позволяющими проводить его сравнение с родственными товарами, обращающимися на соответствующем рынке.

Второй. Детализированный стратегический анализ конкурентоспособности вуза предполагает систематизацию факторов, влияющих на параметры конкурентоспособности каждого из основных (рыночно результативных) видов деятельности. При этом данные факторы могут быть первоначально представлены в качественном виде в целесообразной группировке, например:

факторы внешней среды (экзогенные), а также внутренней среды (эндогенные) организации;

факторы, выступающие как императивные условия наращивания конкурентных преимуществ (позитивные факторы);

или как условия снижения конкурентных преимуществ (негативные факторы).

В целом системное представление о конкурентоспособности современного вуза предполагает её дифференцированный анализ через основные компоненты (составляющие, элементы) деятельности организации, среди которых: *образователь-*

ный; научно-технический, предпринимательский. Каждый из этих элементов обладает собственными специфическими конкурентными параметрами; соответственно, преимуществами и (или) недостатками в сравнении с аналогичными параметрами родственных учреждений.

Образовательный компонент своим рыночным результатом имеет предоставленную клиентам услугу, обладающую определенными параметрами (прежде всего, ценой, сроками представления, степенью соответствия потребностям обучаемых и т. д.). При этом локальная (внутривузовская) экономическая эффективность образовательной деятельности учреждения определяется соотношением годовой суммарной выручки, полученной от оплаты всех видов образовательных услуг к текущим и единовременным затратам на их (услуг) осуществление.

Научно-технический компонент вузовской деятельности предназначен для производства рыночной инновационной продукции в различных формах, адекватных отраслевому профилю вуза: от научно-технических, научно-методических разработок до создания опытных образцов новой техники. Рыночный результат данного деятельностного компонента определяется параметрами представленной потребителям научно-технической продукции: договорной ценой, экономическим эффектом в производстве, степенью готовности к производственному потреблению, уникальностью (новизной). Коммерческая (локальная, внутривузовская) эффективность научно-технической деятельности, аналогично предыдущему случаю, может быть определена соотношением выручки от реализации научно-технической продукции к текущим и единовременным затратам на выполнение соответствующих работ специализированными подразделениями (или временными творческими группами высококвалифицированных специалистов) за аналогичный период времени.

Предпринимательский компонент деятельности вуза в пореформенный период постоянно актуализируется, что связано прежде всего с поиском дополнительных (к явно недостаточным бюджетным поступлениям) денежных средств на оплату труда преподавателей и развитие материально-технической базы. Тем более что высокий платежеспособный спрос на высшее профессиональное образование в России сохраняется, а привлечение учреждениями «живых» денег, авансированных студентами, представляет определённые возможности для осуществления финансово-коммерческих сделок.

Предпринимательская деятельность вуза может быть организована в двух взаимодополняющих направлениях:

1) реализация рыночных технологий коммерциализации (продвижение на соответствующие рынки) той продукции, которая была создана в рамках образовательной и научно-технической деятельности вуза;

2) создание самостоятельного рыночного продукта (в форме востребованных потребителем изделий, работ, услуг), производство которого ведется на базе потенциала вуза параллельно с основной образовательной и исследовательской деятельностью.

В целом, организация системы стратегического анализа конкурентоспособности вуза должна быть сориентирована, прежде всего на выявление его конкурентных преимуществ и слабостей именно через рыночную результативность каждого из трех базовых видов деятельности. Такой целенаправленный подход позволяет сделать стратегический анализ конкурентоспособности абсолютно предметным, выводящим на получение обобщающих оценок конкурентоспособности организации.

В то же время на этом задачи стратегического анализа не исчерпываются. Выявление причин конкурентоспособности (неконкурентоспособности) основных направлений деятельности вуза предполагает определение комплекса внешних и внутренних факторов, влияющих на конкурентную позицию организации. Иначе говоря, углубление методологического подхода к стратегическому анализу конкурентоспособности вуза предполагает рациональную классификацию факторов, определяющих конкурентные преимущества (и, соответственно, слабости) каждого из видов основной деятельности учреждения. Общими («фоновыми») для последних являются факторы рыночного спроса и предложения: если, например, потребность предприятий-работодателей и (или) населения в предлагаемых образовательных услугах ничтожна, то ни о какой конкурентоспособности по данному направлению не может идти речи (то же самое можно сказать о научно-технической и предпринимательской видах деятельности вуза). Фактор предложения образовательной услуги, её соответствия (по цене, качеству, срокам оказания и т. д.) потребностям пользователей обладает не меньшей значимостью в системе стратегического анализа конкурентоспособности. Таким образом, выявление наличия рыночного спроса на услуги, предлагаемые в рамках каждого из трёх деятельностных блоков вуза, а также соответствующего данному спросу предложения (образовательных, научно-технических, предпринимательских продуктов (работ, услуг) является общим методологическим императивом рациональной организации системы стратегического анализа и управления конкурентоспособностью вуза.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белый Е.М., Романова И.Б. Принципы формирования товарной политики вуза // Маркетинг в России и за рубежом. 2002. № 6.
 2. Гуськова Н., Краковская И. Реализация инновационной стратегии вуза: программа инвестиций в человеческий капитал // Проблема теории и практики управления. 2010. № 12. С. 55–62.
 3. Кортюв С.В. Инновационный потенциал и инновационная активность вузов УрФО// Университетское управление, 2004. № 1 (29). С. 61–68.
 4. Новиков А. Интеграция вузов в международную образовательную систему: южно-африканская модель бизнес — образования // ЭКО-2010. № 10. С. 160–176.
 5. Осадник В. Значение интеграции рыночного и ресурсного подхода для стратегического управления предприятием // Проблемы теории и практики управления, 2001. № 4. С. 80–86.
 6. Сагинова О.В. Стратегия вуза — маркетинговый аспект (на примере РЭА им. Г.В. Плеханова) [Электронный ресурс] http://www.marketologi.ru/lib/saginova/vuz_strateg.htm/ — дата обращения 20.03.2017 г.
 7. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. III. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е изд.: Пер. с англ. М.: Изд. Дом «Вильямс», 2002. С. 164–170.
-