

Таким образом, промышленная политика есть комплекс мер государственного регулирования, направленных на изменение институциональной структуры экономики на основе новейших достижений науки и техники в целях увеличения конкурентоспособности отраслей, секторов, предприятий и продукции как на внешнем, так и на внутреннем рынках, стимулирование экономического роста, в соответствии с выработанными национальными стратегическими приоритетами на долгосрочную перспективу.

Инновационное обеспечение реализации промышленной политики в широком смысле следует понимать как систему процедур, формирующих управленческие решения или правила их принятия и воздействия государства на эффективность реального сектора экономики с помощью стимулирования инноваций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ленчук Е.Б. Проблемы перехода России к инновационной модели развития. //Информационное общество. - 2006 № 1. - С.57-63.
2. Трушин А.В. Мировой опыт реализации инновационных стратегий и пути его адаптации в РФ. //Автореферат дисс. канд. эк. наук.: 08.00.14. - М., 2007. - 25 с.
3. Global Financial Stability Report. October 2007. [Электронный ресурс].//<http://internationalmonetaryfund.com/external/Pubs/FT/GFSR/2007/02/pdf/text.pdf>.

УДК 338.24:378.1

Сагитова Гульсим Кадыровна – докторант программы PhD (Алматы, Казахский экономический университет им. Т.Рыскулова)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Развитие рыночных отношений в Казахстане коренным образом изменило условия функционирования системы высшего образования. Эти условия характеризуются нестабильностью и неопределенностью внешней среды, существенной нехваткой бюджетного финансирования высшей школы, усилением конкуренции на рынке образовательных услуг. В этой связи перед вузами возникли проблемы обеспечения жизнестойкости, поддержания финансового состояния на достаточном уровне и поиска источников устойчивого развития. Для решения проблем необходима разработка и реализация стратегии повышения конкурентоспособности вуза и производимых им услуг.

Определение стратегии повышения конкурентоспособности вуза предполагает ее оценку. Важность проведения такой оценки обусловлена целым рядом причин. Среди главных можно назвать необходимость разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности, составление программ выхода на новые рынки, формирование ассортиментной и ценовой политики, привлечение средств инвесторов и другие. Цель проведения оценки состоит в определении конкурентного положения вуза на рынке. Достижение этой цели возможно лишь при наличии оперативной и объективной методики оценки конкурентоспособности, на базе которой возможно было бы не только оценивать деятельность вуза, но и предлагать конкретные мероприятия по повышению его конкурентоспособности.

Разработка методики оценки, которая включала бы в себя конкретные мероприятия по оценке конкурентоспособности вуза, разработке на этой основе стратегии повышения конкурентоспособности вуза и программы ее реализации,

позволили бы вузу укрепить свое положение на рынке. Органам, осуществляющим управление системой высшего образования, такой подход позволил бы повысить эффективность управления и наладить индивидуальный подход к каждому вузу.

Под конкурентоспособностью в общем виде понимают потенциал организации, обеспечивающий максимальное удовлетворение потребительских потребностей и выделяющий ее в сравнении с аналогами. Конкурентоспособный субъект всегда обладает некими преимуществами, обеспечивающими востребованность предлагаемых услуг. В рамках высшего образования конкурентоспособность в конечном итоге определяется спросом абитуриентов на образовательные услуги конкретного вуза (первичный, ближайший индикатор) и востребованностью выпускников на рынке труда (вторичный, конечный индикатор) [1].

При условии наличия формально-статусного признания (аккредитации) конкурентную оценку можно проводить по следующим параметрам, показанным на рисунке 1.

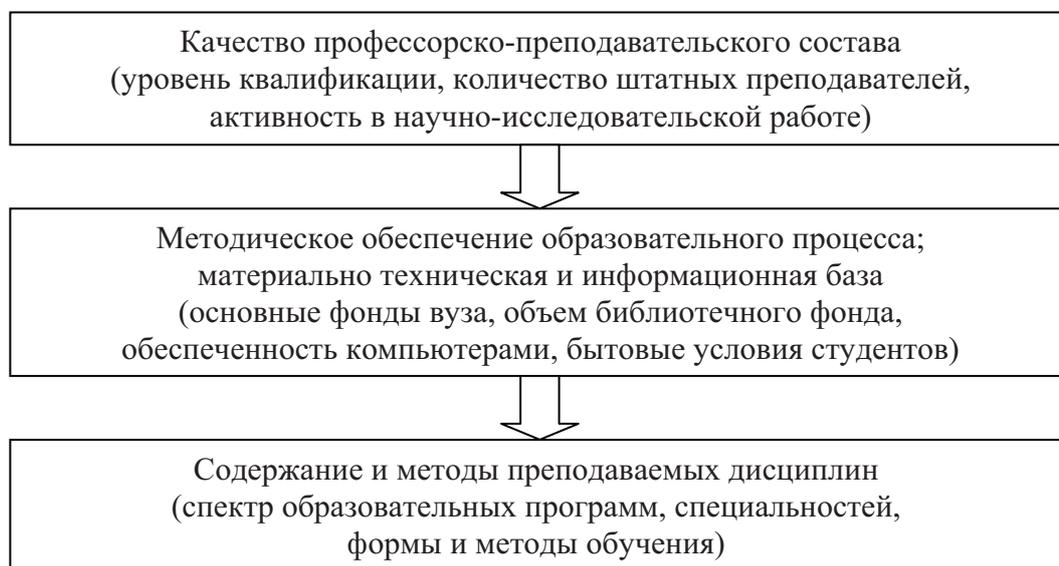


Рисунок 1 – Параметры анализа конкурентоспособности ВУЗов

Понятие «конкурентоспособность образовательной услуги» следует представлять как способность образовательной услуги сохранять имеющиеся конкурентные преимущества на всех этапах жизненного цикла и долговременно конкурировать на рынке образовательной услуги путём постоянных улучшений.

На основании данных Негосударственного образовательного учреждения «Международная Академия Бизнеса» (НОУ «МАБ»), а именно Бухгалтерского баланса (форма №1) и Отчета о результатах финансово-хозяйственной деятельности, был проведен анализ финансовой устойчивости (табл.1).

Таблица 1 – Значение и темпы роста показателей НОУ «МАБ»

№	Показатели	Значение		Темпы роста*
		2009г	2010г	
	1	2	3	4
1	Уставный капитал (млн.тенге)	9000	9000	1,00
2	Резервный капитал (млн.тенге)	1800	2680	1,49
3	Дополнительный капитал (млн.тенге)	49220	56048	1,14

ҚазККА Хабаршысы № 1 (68), 2011

4	Нераспределенный доход (млн.тенге)	39170	44974	1,15
5	Долгосрочные кредиты (млн.тенге)	8700	10500	1,21
6	Кредиторская задолженность (млн.тенге)	16350	21050	1,29
7	Доходы будущих периодов (млн.тенге)	930	1025	1,10
8	Авансируемый капитал (млн.тенге)	81370	97672	1,20
9	Собственный капитал (млн.тенге)	52750	60497	1,15
10	Заемный капитал (млн.тенге)	61970	68552	1,11
11	Коэффициент независимости*	0,645	0,809	1,25
12	Коэффициент автономии*	0,4	0,5	1,25
13	Коэффициент финансового левериджа*	0,86	0,90	1,05
14	Коэффициент финансовой устойчивости*	0,84	0,85	1,01
<i>Примечание – оперативные и отчетные данные НОУ «МАБ»</i>				

*Расчитано автором

Проанализировав показатели из таблицы 1 можно сделать вывод:

– Коэффициент независимости на 2010 г. составил 0,809 (нормативное ограничение 0,5-0,6), следовательно финансовая независимость и финансовая устойчивость сохраняются.

– Коэффициент автономии соответствует нормативному ограничению (0,4-0,5) и университет независим от внешних источников.

– Коэффициент финансового левериджа (нормативное значение 1) говорит о том, что часть активов университета финансируется за счет собственных средств.

– Коэффициент финансовой устойчивости (нормативное ограничение 0,8-0,9) увеличился к 2010г. и составил 0,850.

Коэффициент устойчивости НОУ «МАБ» составил 0,85, что означает 85% выполнения нормативной динамической модели показателей финансовой устойчивости [2].

Можно сделать вывод, что у такого учреждения, для которого выполнены все условия нормативной модели по темпам роста показателей, показатель рентабельности будет максимальным.

Конкурентоспособность вуза включает в себя комплекс характеристик, обеспечивающих в совокупности определенную позицию (положение) в образовательной среде:

- качество образования
- внутрикорпоративная среда
- внешний имидж
- маркетинговые факторы
- востребованность выпускников на рынке труда

Качество образования имеет много аспектов измерения в плане педагогических, социальных, экономических и иных критериев. Вместе с тем, научное сообщество выработало ряд универсальных критериев, позволяющих строить стандартизированные методики оценки качества и использовать их для сравнительного анализа статусных позиций учебных заведений. К их числу в Республике Казахстан относятся следующие процедуры оценки качества вузовской деятельности: государственная аттестация, государственная аккредитация, ранжирование (определение рейтинга) вузов. При этом аттестацию и аккредитацию следует рассматривать как механизмы, формирующие и повышающие привлекательность вуза, а систему рейтинга – как механизм ее оценки и признания государством и общественностью, если иные официальные механизмы оценки независимого общественного мнения отсутствуют [3]. В перспективе планируется, что национальная институциональная аккредитация полностью заменит государственную аттестацию вузов. Госконтроль будет осуществляться в форме лицензионных проверок.

Внутрикорпоративную среду составляют множество материальных и нематериальных элементов, ее ядро - организационная культура, которая формирует определенные нормы, традиции и модели поведения сотрудников и студентов, а также их представления о своей организации. Материальные атрибуты организационной культуры (здания, элементы интерьерного дизайна, условия труда сотрудников, заработная плата, учебная нагрузка преподавателей) оцениваются с помощью метода наблюдения и документов, что позволяет сравнивать внешние признаки - "облик" вуза. Ценностно-нормативные аспекты организационной культуры проявляются в конкретных мероприятиях (научных, воспитательных, учебных, развлекательных), общественной и международной деятельности вузов. Степень принятия и удовлетворенности сложившейся организационной культурой отражается в представлениях студентов и преподавателей о своем вузе. Эти представления выступают значимым фактором конкурентоспособности, поскольку студенты, сотрудники и преподаватели - важный источник имиджевой информации о своем вузе для различных внешних аудиторий. В этом смысле исследования отношений, оценок и факторов неудовлетворенности всех участников образовательного социума могут служить ориентиром по формированию и укреплению внутреннего имиджа вуза, что естественным положительным образом скажется на имидже внешнем.

Внешний имидж и привлекательность вуза напрямую зависят от таких его факторов, как политика качества и ее содержание, миссия, позиционирование на региональном и национальном рынке образовательных услуг, уровень развития и качество корпоративных связей, состояние внешних и внутренних факторов, формирующих и определяющих их качественный уровень. Выход высшего образования на международный уровень определяется участием казахстанских вузов в зарубежном ранжировании университетов. В проекте новой Государственной программы развития образования на 2011–2020 годы запланировано, что как минимум два национальных высших учебных заведения будут отмечены в мировых рейтингах. В результате таких системных мер выпускники казахстанских вузов станут специалистами, признаваемыми на международном рынке труда. Таким образом, реализация новой госпрограммы позволит повысить конкурентоспособность высшего образования, что, несомненно, отразится на качестве жизни, темпах устойчивого роста экономики [2, 4].

Маркетинговые факторы становятся сегодня неотъемлемой частью общих институциональных стратегий вуза. Оценочными параметрами маркетинговой деятельности вуза могут выступить стратегии (концепции) позиционирования, способы (мероприятия) продвижения и ценовая политика. Подобную информацию маркетологи традиционно собирают с помощью интернет-мониторингов корпоративных сайтов, контент-анализа рекламной продукции (буклетов, наружной рекламы и рекламы в СМИ). Самым сильным показателем, отражающим соответствие продвигаемой и реальной ценности образовательной услуги, является роль канала прямых коммуникаций (т.е. количество абитуриентов, поступивших в вуз по совету знакомых или бывших студентов). Доля привлеченных таким образом абитуриентов - это показатель устойчивой репутации вуза. Выход вуза на уровень репутации, а не имиджа, позволит значительно укрепить позиции в конкурентной среде и претендовать на самые высокие рейтинги конкурентоспособности. Эффективность маркетинговых усилий на заключительном этапе фиксируется количеством набранных студентов. Данный показатель необходимо рассматривать в динамике с учетом социально-демографической ситуации в регионе и масштаба оцениваемого вуза.

Оценка востребованности выпускников на рынке труда представляет собой сложную методическую проблему в силу рассредоточенности потоков конечного продукта (выпускников) и заказчиков (работодателей). Оптимальными методическими

решениями могут служить: сбор информации о трудоустройстве выпускников внутривузовскими службами занятости, использование статистики городских служб занятости и кадровых агентств, изучение субъективных оценок работодателей о приоритетах выбора выпускников.

Вывод. Таким образом, комплексная оценка конкурентоспособности по показателям качества образования, состояния внутрикорпоративной среды, внешнего имиджа, маркетинговых усилий и соответствия требованиям рынка труда позволит обоснованно разрабатывать корректирующие управленческие стратегии развития конкретных вузов, что в целом будет способствовать повышению планки развития конкурентной среды и укреплению системы высшего профессионального образования в целом. Все это нашло свое отражение в проекте новой Государственной программы развития образования на 2011–2020 годы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильев Ю.С. Экономика и организация управления вузом: учебник / Ю.С. Васильев, В.В. Глухов, М.П. Федоров; под ред. д.э.н. В.В. Глухова. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб., 2001. – 543 с.
2. Национальный рейтинг – 2010: вузы Казахстана, наиболее успешно реализующие образовательные программы по специальностям бакалавриата. – Режим доступа: <http://nac.edu.kz>.
3. Минажева Г.С. Разработка, внедрение и совершенствование системы менеджмента качества в высших учебных заведениях Казахстана : научно-практ. издание / Г.С. Минжаева. - Алматы: Қазақ университеті, 2009. - 111 с.
4. Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011–2020 годы, утвержденная Указом Президента Республики Казахстан от 07.12.2010 года № 1118.

УДК 631.38.113

Таипов Тимур Алчинович – к.э.н., доцент (Алматы, Университет международного бизнеса)

ЦЕЛЕВАЯ ПОДГОТОВКА КАДРОВ КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ РИСКОВ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Кадровый потенциал сельского хозяйства, качество персонала сельхозпредприятий являются важнейшим фактором развития экономики Казахстана. Стратегическая кадровая политика становится одним из ключевых компонентов государственного управления, актуальной проблемой мобильного резерва аграрных кадров, особенно для отраслей, в которых произошел отток молодых, наиболее высококвалифицированных и инициативных специалистов.

К сожалению, кадровая структура отрасли не обеспечивает существенного роста производства и эффективного использования средств, вложенных в аграрный сектор экономики.

Цена ошибки в кадровой политике часто бывает достаточно высока. Уменьшить риски при принятии кадровых решений и как следствие повысить результативность аграрного производства, снизить прямые убытки можно, полагаясь на серьезное обоснование, которое дает оценка персонала, позволяющая выявить уровень профессиональных навыков и характеристику личностных качеств работников.

В условиях, когда складывается болезненная ситуация в сфере кадрового обеспечения агропромышленного производства, может дать ощутимую отдачу, а также обеспечить предупреждение и снижение рисков в сфере агропромышленного