

**Соболева Э. Ю.**, канд. экон. наук, доцент, руководитель Лаборатории проблем качества образования МФПУ «Синергия», г. Москва, ESoboleva@mfa.ru

# ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКСПЕРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО АУДИТА

*В статье проанализированы определения конкурентоспособности, приведенные в различных источниках, и выведено определение конкурентоспособности экспертных организаций в сфере образовательного аудита. Дано определение конкурентным преимуществам и недостаткам таких экспертных организаций.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, образование, образовательный аудит, экспертные организации, экспертиза качества и гарантий качества образования.

## Введение

Обеспечение конкурентоспособности экспертных организаций в сфере образовательного аудита осуществляется в процессе их конкурентного поведения (проведения ими конкурентных действий). Особенности конкуренции на рынке образовательного аудита, в частности, российского рынка образовательного аудита, обуславливают и особенности конкурентного поведения экспертных организаций в сфере образовательного аудита.

## Анализ существующих определений понятия «конкурентоспособность»

В рамках классической экономической теории конкуренция рассматривается как неотъемлемый элемент рыночного механизма. А. Смит трактовал конкуренцию как соперничество продавцов и покупателей на рынке за более выгодные продажи и покупки соответственно, и рассматривал ее как поведенческую категорию. Конкуренция, по мнению А. Смита — это та самая «неви-

димая рука» рынка, которая координирует деятельность его участников<sup>1</sup>.

Способность компании вступать в соперничество с другими компаниями и добиваться в нем успеха характеризуется понятием «конкурентоспособность».

В определениях этого понятия, представленных в отечественной литературе, нередко выделяется «товарный» аспект. Конкурентоспособность компании оказывается производной только от конкурентоспособности товаров и услуг. Так, например, по мнению В. Е. Хруцкого и И. В. Корнеевой, под конкурентоспособностью компании следует понимать ее способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг<sup>2</sup>.

В специальной литературе существует несколько подходов к определению понятия конкурентоспособности, общей особен-

<sup>1</sup> Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1972. С. 332.

<sup>2</sup> Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. М.: Финансы и статистика, 2002. С. 28.

ностью которых является то, что их авторы стараются поставить уровень конкурентоспособности компаний в исключительную зависимость от достижений по реализации товаров или услуг. Но реализация конкурентоспособных товаров и услуг является лишь одним из факторов, влияющих на конкурентоспособность любого субъекта предпринимательства, но не единственным<sup>3</sup>.

Определения конкурентоспособности в испаноязычных источниках основываются на измерении величины дохода организации. Фактор дохода имеет, несомненно, немаловажное значение для понимания проблемы конкурентоспособности субъектов предпринимательства. Однако компании недостаточно просто получать высокий доход от реализации товаров — важно также то, каким образом компания сумеет распорядиться этим доходом для приращения конкурентных преимуществ.

Подходы к определению конкурентоспособности компаний, содержащиеся во франкоязычных и немецкоязычных<sup>4</sup> источниках, как правило, базируются на трактовке конкурентоспособности в контексте рыночной деятельности компаний по продаже товаров и услуг. Если компания продает продукт, значит, она конкурентоспособна. Но эти определения не учитывают всех аспектов конкурентоспособности компании. Компании недостаточно просто продавать, необходимо анализировать, как используется доход от продажи, какие ресурсы есть у компании в наличии, как они применяются.

Следует отметить, что конкурентоспособность компании выражается не только в производстве и реализации конкурентоспособных товаров и услуг, но и, например, в институциональных признаках компании — эффективности внутрифирменного менеджмента, степени организационной целостности компании, состоянии трудовых отноше-

ний, эффективности кадровой структуры, компетентности персонала компании, рейтинге, ее репутации и др.

В некоторых определениях «товарная» интерпретация конкурентоспособности дополняется все же ссылкой на конкурентные действия и поэтому приобретает черты поведенческой интерпретации рассматриваемого явления. В этой связи отметим, например, трактовку конкурентоспособности компании как ее способности конкурировать на товарных рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров посредством обеспечения более высокого качества, доступных цен, создания удобства для покупателей, потребителей<sup>5</sup>. Такого рода трактовки более последовательно базируются на теоретической взаимосвязи конкуренции и конкурентоспособности, однако, излишне концентрируют внимание на объектах бизнеса в ущерб институциональным характеристикам деятельности субъектов предпринимательства.

Как видно из изложенного, единого унифицированного понимания конкурентоспособности компаний пока не выработано ни российскими, ни зарубежными экономистами. В каждом определении акцент делается в основном на одной стороне понятия конкурентоспособность. При этом не учитываются другие важные аспекты деятельности субъектов предпринимательства, без чего формирование представлений о степени конкурентоспособности компаний оказывается не полным.

### **Определение понятия конкурентоспособность для экспертных организаций в сфере образовательного аудита**

Ключевым моментом для понимания сути конкурентоспособности субъектов пред-

<sup>3</sup> Рубина Э. Ю. Конкурентное поведение субъектов консалтинга. М.: Маркет ДС, 2009.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Маркетинг. Словарь / Азов Г. Л., Завьялов П. С., Лозовский Л. Ш., Поршев А. Г., Райзберг Б. А. М.: ОАО «НПО «Экономика», 2000. С. 62.

принимательства, в том числе экспертных организаций в сфере образовательного аудита, является указание на системную взаимосвязь конкурентоспособности, с одной стороны, и конкурентного поведения (конкуренции как совокупности действий) субъектов предпринимательства, с другой стороны. Представляется более точной, приближенной к реальности такая интерпретация конкурентоспособности субъектов предпринимательства, согласно которой последняя представляет собой совокупную способность к осуществлению конкурентных действий<sup>6</sup>.

Рассмотрение проблемы конкурентоспособности экспертных организаций в сфере образовательного аудита в связи с их конкурентным поведением делает необходимым более предметное изучение вопроса о конкурентных преимуществах и конкурентных недостатках экспертных организаций в сфере образовательного аудита. Предпосылкой этому служит представление о конкуренции на рынке услуг образовательного аудита как о процессе взаимодействия экспертных организаций, в ходе которого они приобретают конкурентные преимущества и избавляются от конкурентных недостатков.

Благодаря этому экспертные организации развивают способность к осуществлению конкурентных действий, т. е. формируют, поддерживают и укрепляют конкурентоспособность.

Конкурентное преимущество экспертной организации в сфере образовательного аудита представляет собой более высокие достижения в избранных направлениях и типах деятельности на рынке услуг образовательного аудита по сравнению с достижениями соперников, признаваемые внешним окружением данной компании. Конкурентные преимущества выступают одновременно и как цели конкурентного соперничества экспертных организаций, и как инструменты такого соперничества.

Противоположный смысл имеют конкурентные недостатки экспертных организаций.

Таким образом, понятие «конкурентоспособность экспертной организации» можно определить как способность организации к осуществлению конкурентных действий, в ходе которых происходит приращение конкурентных преимуществ и избавление от конкурентных недостатков.

Конкурентоспособность аудиторской услуги — это способность данной услуги соперничать, успешно существовать на рынке наравне с услугами-конкурентами, удовлетворяя требованиям определенной части потребителей на данном рынке. Конкурентоспособность аудиторской услуги основывается на конкурентоспособности интеллектуального продукта, являющегося ее материальным носителем.

Иными словами, понятия «конкурентоспособность экспертной организации в сфере образовательного аудита» и «конкурентоспособность объекта образовательного аудита» (услуги, оказываемой субъектом) взаимосвязаны. Конкурентоспособность аудиторской услуги является базой конкурентоспособности экспертной организации. Оказание услуги с низким уровнем конкурентоспособности понижает конкурентную устойчивость организации. Организация не может быть определена как конкурентоспособная, если на ее услуги снижается потребительский спрос.

Вместе с тем, не следует преувеличивать «товарную» составляющую конкурентоспособности экспертных организаций в сфере образовательного аудита. Ведь уровень конкурентоспособности самой предлагаемой услуги зависит от институциональной составляющей. К примеру, степень конкурентоспособности аудиторской услуги и интеллектуального продукта, лежащего в его основе, зависит от степени конкурентоспособности экспертов, оказывающих данную услугу, прежде всего, от сравнительных характеристик их профессиональной компетентности и результативности ее реализации (рис. 1).

<sup>6</sup> Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. М.: Маркет ДС, 2006. С. 109.



**Рис. 1.** Продуктовая и компетентностная основы конкурентоспособности экспертных организаций в сфере образовательного аудита

## Заключение

Уровень конкурентоспособности экспертной организации прямо зависит от уровня конкурентоспособности аудиторской услуги, которую оказывает эта организация, от уровня конкурентоспособности элементов деятельности организации, от уровня конкурентоспособности инструментов взаимодействия организации с клиентами и с конкурентами.

## Список литературы

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М. 1972.
2. Рубин Ю. Б. Современное образование: качество, стандарты, инструменты. 2-е изд. М.: Маркет ДС, 2009.
3. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. М.: Маркет ДС, 2006.
4. Рубина Э. Ю. Конкурентное поведение субъектов консалтинга. М.: Маркет ДС, 2009.
5. Соболева Э. Ю. Становление рынка образовательного консалтинга и аудита в России в постсоветский период // Менеджмент в России и за рубежом. 2011. № 6.
6. Рубин Ю. Б. Высшее образование в России: качество и конкурентоспособность. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011.
7. Рубина Э. Ю. Возможность оценки реальной и потенциальной конкурентоспособности российских консалтинговых компаний // Современная конкуренция. 2008. № 6.
8. Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. М.: Финансы и статистика, 2002.
9. Code of Practice for the Assurance of Academic Quality and Standards in Higher Education. Moscow. AKKORK. 2006.
10. Guidelines on the Education Audit of the Higher Education Institutions in order to assure Education Quality and the Process of its Provision Moscow. AKKORK, 2006.
11. Regulations for Recruitment, Training and Activity of the Experts. Moscow. AKKORK. 2007.
12. Standards and Guidelines for Higher Education Quality Assurance. Moscow. AKKORK, 2006.
13. Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area. Helsinki. 2009.

*E. Soboleva, PhD (Economics), Associate Professor, Head of Education Quality Problems Laboratory, MFPU «Synergy», Moscow, ESoboleva@mfp.ru*

## MAINTENANCE OF THE COMPETITIVENESS OF EXPERT ORGANIZATIONS IN THE SPHERE OF EDUCATION AUDIT

In the article different definitions of competitiveness from various sources are analyzed. From them the definition of competitiveness of expert organization in the sphere of education audit is derived. Definitions of competitive advantages and disadvantages of such expert organizations are given.

**Key words:** competitiveness, education, education audit, expert organizations, education quality assurance.