

Тема 2.

Инновационная деятельность и повышение ее инвестиционной привлекательности

Разработал: Корнеев Д.Н., к.п.н., доцент кафедры «Экономики и
управления» ППИ ЧГПУ

«Переходя реку, надо ощупывать
камни под ногами.»

Дэн Сы-Хуа

Содержание:

1. Понятие «среда образования»
2. Характеристика внешней среды
3. Анализ внешней среды образования
4. Анализ среды окружения (мезосреды) образования
5. Анализ внутренней среды образования (SWOT-анализ)

1. Понятие «среда образования»

Образовательное учреждение является частью сформировавшейся в регионе сферы образования, входящей в одну из сфер народного хозяйства, и поэтому одним из ключевых понятий менеджмента качества является понятие **маркетинговая среда ОУ И ДОУ:**

- **внешняя маркетинговая среда образовательного учреждения (STEP – анализ);**
- **среда окружения образовательного учреждения;**
- **внутренняя маркетинговая среда образовательного учреждения (SWOT-анализ).**

Образовательные учреждения процветают до тех пор, пока их услуги и товары соответствуют маркетинговой среде

Внешняя среда образовательного учреждения (макросреда)

- *Политико – правовые факторы.*
- *Экономические факторы.*
- *Демографические факторы.*
- *Природно-географические факторы.*
- *Национальные факторы.*
- *Социально-культурные факторы.*
- *Научно-технические факторы.*

Среда окружения образовательного учреждения (мезосреда)

- Потребители услуг.
- Деловые партнеры.
- Конкуренты
- Органы управления образованием.
- Среда массовой информации.
- Органы государственного контроля.

(это силы, имеющие непосредственное отношение к образовательному учреждению и его возможностям и поэтому в определенной степени поддающимся его влиянию)

Внутренняя среда образовательного учреждения (микросреда)

- Учебно-методическая деятельность.
- Научно-консалтинговая деятельность.
- Хозяйственная деятельность.
- Экономическая деятельность.
- Управленческая деятельность.
- Маркетинговая деятельность.

2. Характеристика внешняя среда

1. Политико-правовая среда

Законодательные органы
власти

(Госдума, Законодательное
собрание и др.)

Исполнительные органы
власти

(администрация,
правительство)

Законодательные органы
власти

(суд, прокуратура, ФСБ,
милиция и др.)

Средства массовой
информации

(четвертая власть)
партии и общественные
движения

2. Экономическая среда

- Валовой региональный продукт
- Темпы экономического роста
- Занятость населения
- Прожиточный минимум
- Инфляция
- Производительность труда
- Доходы населения
- Денежная масса

3. Демографическая среда

- Численность населения
- Темпы роста населения
- Половозрастная структура
- Миграция населения
- Уровень рождаемости
- Этническая и региональная структура
- Уровень смертности
- Ожидаемая продолжительность жизни
- Социальная стратификация населения
- Численность семьи

4. Национальная среда
(основные национальные модели образовательных учреждений)

Германия

Основной акцент делается на
научные исследования

Великобритания

Усиленное внимание развитию
личности обучающегося

Франция

Строгое иерархическое подчинение
государству

Япония

«клановость»

5. Социально-культурная среда

Культура – это сложный комплекс, состоящий из набора ценностей, идей артефактов и других значащих символов, которые помогают индивидуумам общаться, а также интерпретировать и оценивать друг друга как членов общества

Социальные группы

Уровень культуры

Уровень образования

Нормы

Страты и классы

Уровень социального обеспечения

Мораль

Уровень личной безопасности

Общественная деятельность

Ценности

Традиции

3. Анализ внешней среды образования

Цель анализа внешней среды – отслеживание и прогноз внешней и внутренней среды на рынке образовательных услуг на основе STEP и SWOT-анализа

STEP-анализ – это научное изучение внешней среды (макросреды) образовательного учреждения осуществляется на основе комплексного социального, технического, экономического и политического анализа (англ. STEP).

Задачи:

1. Оценка состояния образовательного учреждения.
2. Прогноз развития важнейших факторов окружающей макросреды с целью выявления угроз и открывающихся новых возможностей.
3. Осуществление стратегического планирования деятельности ОУ.

Исходные данные STEP-анализа:

- Конституция РФ и федеральные законы Российской Федерации;
- бюллетени Федерального собрания и Государственного совета РФ;
- бюллетени и сборники Государственной Думы РФ;
- бюллетени и сборники федеральных органов власти (Верховный и Конституционный суд, Прокуратура РФ, МИД, МВД РФ и др.);
- статистические сборники Госкомстата России;
- центральные газеты и журналы;
- научные журналы официальных Российских академий (РАН, РАО, РААСН, РАМН и др.);
- результаты социологических опросов населения и экспертов в области образования.

Анализ среды окружения (мезосреды) образования

Мезосреда образования – это ближайшее поле внешних деловых контактов ОУ.

Состав мезосреды образования:

- потребители услуг (заказчики)*
- конкуренты (другие ОУ)*
- органы управления образование*
- средства массовой информации*
- органы государственного контроля*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ:

1. Оценка реального положения ОУ.

2. Определение степени конкурентоспособности ОУ на рынке образовательных услуг

Задачи диагностического анализа среды окружения образования:

- анализ реального положения ОУ в системе образования;
- оценка конкурентоспособности ОУ по сравнению с другими ОУ, работающими в одинаковых сегментах рынка;
- анализ внутренней среды образования методом SWOT- анализа;
- разработка маркетинговой стратегии ОУ как раздел стратегического плана ОУ;
- выбор конкретного сценария развития ОУ на ближайший период развития;
- принятие оперативных управленческих решений при заключении хозяйственных договоров, договоров о сотрудничестве, создании стратегических альянсов;

Исходные данные проведения оценки мезосреды образования:

- статистические сборники Госкомстата России;
- результаты социологических опросов населения и экспертов в области образования;
- материалы (отчеты, справки, доклады) региональных органов управления образованием;
- справочники и бюллетени «Как стать студентом?», «Куда пойти учиться?» и др.;
- научные обзоры и статьи в крупных журналах («Карьера», «Коммерсант», «Кадры», «Управление персоналом», «Народонаселение» и др.);
- годовые отчеты ассоциаций образовательных учреждений;
- научные журналы официальных Российских академий (РАН, РАО, РААСН, РАМН и др.);
- оперативная информация, собранная на основе проспектов, буклетов, правил приема студентов и учащихся, рекламной информации в СМИ региона.

Анализ внутренней среды образования (SWOT – анализ)

SWOT – анализ – это процесс выявления и структурирования сильных и слабых сторон образовательного учреждения, а также выявление потенциальных возможностей и угроз для него.

SWOT – анализ – это промежуточное звено между формулированием миссии образовательного учреждения и определением его целей и задач.

SWOT – анализ – это один из подходов к формированию стратегии ОУ. Цель SWOT – анализа : сформулировать основные направления развития ОУ через систематизацию имеющейся информации.

Основные методологи SWOT – анализа:

Коротков Э.М., Виханский О.С., Наумов А.И., Зинуров У.Г., Боумен К.

История формирования SWOT – анализа:

1 этап - 1963 год в Гарварде профессор К. Андриус впервые озвучил данное понятие.

2 этап – 1965 год осуществление SWOT – анализа на основе построения моделей прогноза.

3 этап – 1982 год профессор Хайнц Вайхрих предложил осуществление комплексного SWOT – анализа (на основе STEP- анализа и SPACE-анализа) построение матрицы данного процесса.

Значение SWOT – анализа :

SWOT – анализ:

STRENGTHS – СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

WEAKNESSES – СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

OPPORTUNITIES- ВОЗМОЖНОСТИ

THREATS- УГРОЗЫ

ЗАДАЧИ SWOT – анализа :

1. SWOT – анализ - позволяет изучить внутренние источники эффективности организации путем исследования сильных и слабых сторон, возможностей для развития и потенциальных угроз.
2. SWOT – анализ – позволяет оценить состав и взаимосвязи шести главных макроподсистем ОУ: учебной, научной, хозяйственной, экономической, управленческой и маркетинговой.
3. SWOT – анализ – позволяет вовремя увидеть «слабые звенья» и нарастающие внутренние проблемы ОУ, о которых неизвестно во внешней среде, и принять своевременные меры по их разрешению с минимальными затратами.

Исходные данные для проведения *SWOT* – анализа:

1. Годовой (квартальный) отчет о деятельности ОУ.
2. Бухгалтерский баланс за год или последний квартал.
3. Результаты проверки органов государственного контроля (МНС, СЭС, ГПН, РОВД, Прокуратуры).
4. Докладные и служебные записки руководителей подразделений и заместителей первого уровня.
5. Исполнительные сметы доходов и расходов хозрасчетных подразделений.
6. Результаты социологических исследований учащихся и студентов.
7. Результаты анкетных опросов сотрудников.
8. Материалы заседаний Педагогического совета.
9. Рейтинги ОУ в независимых СМИ.
10. Жалобы учащихся, студентов и их родителей.
11. Результаты диагностического анализа ОУ
12. Результаты проведения различных деловых игр.

Основные элементы оценки и прогнозирования SWOT – анализа:

Сильные и слабые стороны относятся к сложившейся внутренней среде образовательного учреждения:

- система управления;
- техническое развитие ОУ;
- технологии обучения ОУ;
- персонал ОУ;
- экономическая деятельность ОУ;
- финансовое состояние ОУ.

Возможности и угрозы связаны со внешней средой ОУ:

- потребители услуг ОУ;
- конкуренты ОУ;
- деловые партнеры ОУ;
- общественное мнение.

Пример использования методики SWOT – анализа ОУ

Сильные стороны:

Престижное ОУ с развитой сетью филиалов в городах и районах
Использование современных технологий обучения
Высокое качество обучения

Слабые стороны:

Высокая стоимость обучения по сравнению с конкурентами
Средний возраст преподавательского состав более 50 лет
Отсутствие собственного автотранспорта

Возможности:

Открытие новых для региона специальностей и направлений подготовки
Развитие дистанционного обучение
Создание непрерывной системы обучения

Угрозы:

Сокращение инвестиций
Увеличение филиалов столичных ОУ

Правила осуществления SWOT- анализа

- Правило 1. Тщательно определите сферу SWOT-анализа
- Правило 2. Четко определите составляющие и элементы SWOT-анализа.

сильные и слабые стороны – это внутренние черты ОУ

возможности и угрозы – рыночная среда

- Правило 3. Будьте объективны и используйте разностороннюю информацию
- Правило 4. Выдвигайте четкие аргументы