

Обобщая представленную информацию, можно сделать вывод, что с каждым годом в Российской Федерации возрастает число банкротств, несмотря на усилия страны сбалансировать отечественную валюту и вернуть к жизни отечественный бизнес. Большая доля вероятности возрастания числа банкротств определена тем, что в общем объеме имеют место не выявленные фиктивные банкротства. С целью улучшения ситуации в области банкротства юридических лиц рекомендуем совершить следующие мероприятия. Во-первых, следует нейтрализовать распространение фиктивных банкротств, тем более не выявленных. Из Числа способов ликвидации этой трудности можно отметить исправление законодательных актов и обращение к зарубежному опыту.

Одним из решений вопроса может быть внесение законодателем в диспозицию ст. 197 УК РФ соответствующих изменений, направленных на унификацию терминов уголовного и гражданского законодательства. Во-вторых, преимущество при борьбе с экономическими проблемами необходимо давать не ликвидации компаний, а их финансовому оздоровлению. Так как «спасение» бизнеса значительно труднее, нежели его уничтожение, которое в наше время считается наиболее многочисленным и чуть ли не единственным вариантом развития событий. Например, присоединение либо слияние с платежеспособной компанией; выделение в отдельное юридическое лицо с целью ликвидации убыточного производства. В-третьих, прогнозирование экономической ситуации, а также факторов и последствий ее изменения на различных рынках; разработка и внедрение новой маркетинговой политики.

#### **Список использованной литературы**

1. Кулиева Л.Ч. Банкротство юридических лиц // Новый юридический вестник. 2018. № 4. С. 33-36.
2. «О несостоятельности (банкротстве): федер. закон от 26 окт. 2002 г. № 127-ФЗ//Собрание законодательства РФ. 2016. Ст. 2, ст. 3.
3. Полещук Т.А., Маркова Д.А. Банкротство юридических лиц в России. М.: КноРус, 2016. С.11.
4. Федеральная служба государственной статистики; Единый федеральный реестр сведений о банкротстве. М.: Росстат, 2018. С.19.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 27.12.2018) // Собрание законодательства РФ. от 17.06.1996. Ст. 197.

*А.В. Саласкевич*, научный руководитель *Л.Д. Старикова*  
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия  
alyona-salaskevich@yandex.ru

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

**Аннотация.** В статье рассмотрено понятие «конкурентоспособность», типы и виды конкурентоспособности профессиональной образовательной организации. Автором выделены основные факторы обеспечения конкурентоспособности услуг, оказываемых образовательной организацией; представлены пути совершенствования конкурентоспособности в современных условиях.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, монополия, олигополия, совершенная конкуренция, конкурентная борьба, конкурентная среда.

В рыночной экономике образовательные организации осуществляют свою деятельность в условиях конкурентной борьбы. В широком смысле, конкуренция (от лат. *concurrere* «сталкиваться, соперничать») – это борьба, соперничество в какой-либо области, имеющие целью получение какой-либо выгоды. В экономике речь идет о конкуренции хозяйствующих субъектов и обуславливается подобная конкуренция степенью связи обстоятельств рынка от поведения отдельных участников рынка. По этой причине различают в финансовой концепции четыре типа рыночных структур: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия и монополия; первая и заключительная из которых предполагают собой абстракции высокого уровня, вторая и третья – как варианты неидеальной конкурентной борьбы – довольно хорошо описывают современные инновационные рынки [3].

Юридически понятие «конкуренция» закреплено еще в Законе РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», где конкуренция определяется как состязательность хозяйствующих субъектов, когда их независимые возможности эффективно ограничивают возможность каждого из них в отдельности воздействовать на единые требования обращения товаров на данном рынке и активизируют производство тех товаров, которые требуются потребителю [3].

Применительно к сфере образования конкурентная борьба означает соперничество среди образовательных организаций за улучшение образовательных нужд населения. Наличие существенного количества различного рода образовательных учреждений позволяет сделать вывод о неидеальном характере конкуренции в исследуемой области. Из популярных в финансовой концепции видов рынка образование как сфера экономической деятельности конкретнее описывается моделью монополистической конкуренции, главными особенностями которой считаются следующие:

1. огромное число организаций-продавцов на рынке, с одной стороны, исключающее слаженные воздействия среди них с целью лимитирования объема выпуска и увеличения стоимости; с иной – никак не позволяющее организациям значимым способом воздействовать на рыночную стоимость;

2. разделение предлагаемой на рынке продукции, предполагающее производство близких, но не однородных по своим характеристикам товаров (услуг), т.е. не являющихся абсолютными заменителями друг друга;

3. неценовой вид конкурентной борьбы, сосредоточивающий действия в высококачественных и сервисных сторонах предложения [2].

Монополистический характер конкурентной борьбы в области образования проявляется и в двух принципиально различных по технологиям направлениях конкуренции образовательных учреждений. В сфере образования следует различать конкуренцию: за государственное (муниципальное) задание на выполнение государственных (муниципальных) услуг, служащее для образовательных учреждений источником бюджетного финансирования; за большее число обучающихся по договору (с полным возмещением затрат на обучение), включая условия образовательного кредитования, как источник внебюджетного финансирования [4].

Присутствие конкуренции между образовательными учреждениями проявляет значимое воздействие на все тенденции их деятельности. Понятия «конкурентная среда», «конкурентные преимущества», «конкурентная позиция», «конкурентоспособность» все больше включаются в структуру факторов, определяющих сущность и формы работы образовательных организаций как участников рынка. Результат конкурентных успехов становится составляющей частью системы профессиональных интересов организаций сферы образования независимо от его уровня. В самом общем виде оно означает выявление конкурентных

положительных сторон, определение и удержание сравнительно наилучших конкурентных позиций, усиление конкурентоспособности на базе постоянного исследования конкурентной сферы в целом и отдельных конкурентов, его участников.

Для решения данных вопросов образовательным учреждениям следует совершенствовать компетенции в сфере конкурентных действий, квалифицированное поведение в конкурентоспособной среде [7]. Образовательное учреждение обязано не только результативно осуществлять обучающую и исследовательскую функции, но и функционировать как полноценный субъект конкуренции.

В процессе своей деятельности образовательная организация испытывает конкуренцию не только со стороны других образовательных организаций, но и организаций и учреждений различных организационно-правовых форм и профилей деятельности, производящих аналогичные продукты и услуги. Причем, чем шире спектр образовательных программ, которые может реализовывать данная образовательная организация, тем больше круг ее конкурентов.

Конкурентами для государственного образовательного учреждения в области дополнительных профессиональных программ в современных условиях могут выступать: другие государственные учреждения разных видов; негосударственные учреждения и организации высшего образования, оказывающие подобные образовательные услуги; организации и промышленные компании с развитой системой подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров; консалтинговые фирмы, которые организуют учебный процесс [5].

В зависимости от типа потребителей и реализуемых образовательных услуг можно выделить следующие типы конкурентов в области образования: прямые, предлагающие подобные образовательные продукты и услуги тем же группам потребителей; косвенные, предлагающие прочие образовательные продукты и услуги тем же потребителям (например, предлагаются образовательные программы той же тенденции, но разных профилей (степеней) или образовательные программы подготовки смежных направлений); продуктовые, предлагающие образовательные продукты для одного и того же направления и профиля тем же потребителям (например, по одному и тому же направлению и профилю подготовки существуют учебники и учебные пособия разных авторов); предлагающие разные образовательные услуги вспомогательного характера тем же потребителям, (например, освоение добавочных квалификаций и пр.).

В области образования, как и в других секторах экономики с монополистическим нравом конкуренции, применяется сочетание ценовых и неценовых способов конкурентной борьбы. Ценовые способы конкурентной борьбы базируются на покорении доли рынка в результате изменения цены на образовательную услугу. Неценовые методы конкуренции связаны с использованием отличительных особенностей предлагаемых образовательных продуктов, среди которых: качество образования; форма обучения; технологии обучения; присваиваемая квалификация (степень), в том числе возможность получения двойного диплома; гарантия трудоустройства; предоставление дополнительных и сопутствующих услуг.

Условия ценовой и неценовой конкуренции взаимосвязаны. Повышение качества образования может служить основой для установления более высокой стоимости за обучение. Наиболее высокое качество образовательных услуг при удержании цен на уровне конкурентов позволяет увеличить количество их потребителей и влияние на рынке.

Способность успешной деятельности образовательной организации в конкурентной рыночной среде закрепляется в понятии «конкурентоспособность». В общем смысле конкурентоспособность предприятия (организации) определяет его (ее) возможности выдерживать конкуренцию на рынке по сравнению с аналогичными

предприятиями. Конкурентоспособность тем выше, чем выше возможность опережения конкурентов по различным позициям.

Конкурентоспособность образовательной организации высшего образования должна быть обеспечена по следующим основным направлениям: образовательная деятельность и контингент; научно-исследовательская деятельность, оцениваемая как размер НИОКР в расчете на одного научно-педагогического сотрудника; международная деятельность, которую характеризует удельный вес количества иностранных учащихся, завершивших освоение основных образовательных программ высшего образования, в общем выпуске студентов; финансово-экономическая деятельность, оцениваемая как объем прибыли университета из всех источников в расчете на одного научно-педагогического сотрудника; инфраструктура [6].

Усугубление конкурентной борьбы в области образования приводит к необходимости учета факторов, содействующих увеличению конкурентоспособности образовательных учреждений. В научной литературе выделяют три группы таких факторов:

1) динамические способности, под которыми понимают умение образовательного учреждения незамедлительно реагировать на изменение макро- и микросреды;

2) внутренние достоинства, формирующиеся благодаря наличию и эффективному соединению ресурсов образовательной организации;

3) внешние преимущества, базирующиеся на отличительных качествах образовательных услуг и продуктов, образующих значимость для потенциальных потребителей [6].

Разные авторы определяют разнообразные перечни условий конкурентоспособности образовательных учреждений профессионального образования. Главными из числа выделяемых факторов конкурентоспособности образовательной организации в современных условиях являются: повышение качества подготовки специалистов всех уровней; стабильность финансово-экономического положения; разработка гибкой ценовой политики; создание высокого уровня материально-технического оснащения; наличие и удельный вес инновационных образовательных программ; качество труда профессорско-преподавательского состава; организация трудоустройства выпускников; развитие международных связей; эффективность научно-инновационной деятельности; наличие развитой социально-культурной базы; активизация рекламной деятельности; формирование положительного имиджа учебного заведения [6].

Помимо конкурентоспособности образовательных организаций в целом различают конкурентоспособность предоставляемых ими продуктов и услуг, а также конкурентоспособность выпускников. Понимание этих видов конкурентоспособности необходимо для выработки соответствующей стратегии рыночного поведения. По мнению работодателей, конкурентоспособность выпускников характеризуют следующие факторы: знание современных технологий профессиональной деятельности, включая информационно-компьютерную компетентность; умение применять теоретические знания на практике; способность генерировать новые идеи; способность проводить переговоры и деловые встречи; стремление к карьерному росту, жизненный оптимизм и др. В научной литературе предлагаются разнообразные модификации, определяющие конкурентоспособность специалиста [1].

Важнейшим из путей повышения конкурентоспособности профессионального образовательного учреждения является повышение эффективности его научно-инновационной деятельности, так как, с одной стороны, оно в значительной степени способствует созданию благоприятного общественного мнения об организации, с другой, – учитывается при определении ее рейтинга.

Другим важнейшим направлением повышения конкурентоспособности образовательной организации является увеличение удельного веса инновационных образовательных программ. Использование новых образовательных технологий, внедрение прогрессивных форм организации учебного процесса и инновационных методов обучения, соответствующих современному мировому уровню, обеспечивают выпускникам конкурентоспособность на рынке труда.

Таким образом, условия конкурентоспособности образовательной организации в целом, ее образовательных продуктов, услуг, а также выпускников устанавливают, в конечном счете, конкурентную позицию той или иной образовательной организации. Но в современных условиях, конкурентная борьба не является единственной формой взаимоотношений в области образования.

#### **Список использованной литературы**

1. Бадьян Л.А. Развитие конкурентоспособности студентов технического вуза на основе контекстно-модульного подхода: автореферат диссертация кандидат пед. наук. Магнитогорск. 2009.

2. Гараев И.М., Фасхиев Х.А. Анализ состояния проблемы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг //Камск: Камский государственный политехнический институт. 2016.

3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л., Флинн Ш.М. Экономика: принципы, проблемы и политика: учебник: пер. с англ. 19-е изд. М.: ИНФРА-М, 2013.

4. Маркетинг. Словарь / Г.Л. Азоев, П.С. Завьялов, Л.Ш. Лозовский, А.Г. Поршев, Б.А. Райзберг. М.: ОАО «НПО «Экономика», 2017. 362 с.

5. Майсаков Д. Л. Управление предпринимательской деятельностью государственного вуза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://utmn.ru/library/avtoref/Maicakov.html/>

6. Министерство образования и науки РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [минобрнауки.рф/пресс-центр/2774](http://минобрнауки.рф/пресс-центр/2774) <https://www.menobr.ru/article/59992>.

7. Молочников Н.Р., Реутова И.В., Лобовская Т.А. Конкурентоспособность образовательных учреждений: ключевые факторы успеха [Электронный ресурс] // Успехи современного естествознания. 2014. № 8. С. 134-135. Режим доступа: <http://natural-sciences.ru/ru/article/view?id=13342>.

*Л.А. Сафина, научный руководитель С.Л. Логинова  
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия*

### **ТЕНДЕНЦИЯ СМЕРТНОСТИ МОЛОДЕЖИ РОССИИ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены численность населения в возрасте от 16 до 30 лет и указаны причины смертности и некоторые методы борьбы со смертностью и способы профилактики, которые могут способствовать снижению смертности.

**Ключевые слова:** молодежь, смертность, профилактика, пути решения, снижение смертности.

Молодежь - социально-демографическая группа, в возрасте от 16 до 30 лет, проходящую стадию социализации и адаптации, усваивающую образовательные, культурные и другие социальные функции. Выделяемый на основе особенностей социального положения и обусловленных социально-психологическими свойствами,