

РАЗДЕЛ 3

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

А.Р. Гимадеева, О.Г. Маскина
Российский государственный профессионально-
педагогический университет, Екатеринбург, Россия

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УЧЕБНЫХ ЦЕНТРОВ

Аннотация. В данной статье описаны характерные для учебных центров проблемы повышения конкурентоспособности. Проблемы определения конкурентных преимуществ организаций, оказывающих образовательную деятельность в индустрии красоты. Так же разработан алгоритм повышения конкурентоспособности учебного центра.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, анализ, учебные центры.

A.R. Gimadieva, O.G. Maskina
Russian State Vocational Pedagogical University,
Yekaterinburg, Russia

THE PROBLEM OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF TRAINING CENTERS

Annotation. This article describes the problems of increasing competitiveness that are typical for training centers. Problems of determining the competitive advantages of organizations that provide educational activities in the beauty industry. An algorithm for improving the competitiveness of the training center has also been developed.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, analysis, training centers.

В настоящее время все большую популярность набирают учебные центры, оказывающие образовательные услуги, проводящие тренинги и обучающие курсы, которые позволяют в короткое время освоить новую профессию. Существует огромное разнообразие образовательных программ, реализуемых учебными центрами, это могут быть курсы программирования, курсы по подготовке массажистов, курсы по получению профессии в индустрии красоты (парикмахер, мастер по маникюру, мастер по оформлению бровей и др.). В данной статье рассмотрим проблему повышения конкурентоспособности учебных центров на примере обучающих курсов по направлениям индустрии красоты.

Современная рыночная экономика не позволяет коммерческим организациям стоять на месте, им необходимо постоянное развитие. В непрерывной динамике находится не только организация, но и его конкуренты, а также динамичны потребности клиентов. Именно поэтому одним из ключевых моментов продвижения собственной компании на рынке является повышение конкурентоспособности.

Конкурентоспособность предприятия - комплексное понятие, которое обусловлено системой и качеством управления, качеством продукции, широтой и глубиной ассортимента, востребованного обществом или отдельными его членами, стабильным финансовым состоянием, способностью к инновациям, эффективным

использованием ресурсов, целенаправленной работой с персоналом, уровнем системы товародвижения и сервиса, имиджем фирмы [1].

Первым шагом на пути к повышению конкурентоспособности является проведение самоанализа учебного центра и выявление конкурентных преимуществ (сильных сторон). Для этого подойдет SWOT- анализ, он представляет собой таблицу, в которой предприятие описывает свои сильные, слабые стороны, возможности и угрозы.

Рассмотрим данный вид анализа на примере учебного центра Nail Profi. Учебный центр проводит обучение по следующим направлениям: мастер маникюра, мастер педикюра, мастер бровист, существуют программы для различных уровней подготовки.

Таблица 1 - SWOT-анализ учебного центра Nail Profi

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Местоположение (рядом метро, остановки общественного транспорта, наличие парковки) 2. Собственный поставщик материалов 3. Положительная репутация 4. Широкий ассортимент услуг 5. Устойчивое положение на рынке 6. Наличие сайта 7. Опытные преподаватели | <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие рекламы 2. Отсутствие индивидуального обучения 3. Малоинформативный сайт 4. Отсутствие системы скидок, рассрочки на обучение 5. Отсутствие лицензии |
| Возможности | Угрозы |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение ассортимента услуг 2. Получение лицензии 3. Введение программы лояльности 4. Возможность использовать интернет ресурсы для записи на обучение, рекламы, оплаты услуг | <ol style="list-style-type: none"> 1. Рост количества конкурентов 2. Снижение платежеспособности населения 3. Перенасыщение рынка специалистами, как следствие снижение спроса на обучение |

Проведенный SWON-анализ позволит руководству предприятия обратить внимание на свои сильные стороны, они и будут являться конкурентными преимуществами, а также на слабые стороны, устранение их причин позволит предприятию повысить свою конкурентоспособность.

Следующим шагом является изучение анализа своих конкурентов. Сравнительный анализ – способ анализа, при котором предприятие самостоятельно выбирает критерии оценки и по ним проводится сравнение собственного предприятия и предприятий-конкурентов. Критериев оценки множество, поэтому необходимо выбрать самые значимые, например цена, качество, ассортимент, способы получения услуги и др. Анализ проводится в 2 этапа, сначала проводится качественный анализ по выбранным критериям, на втором этапе по выбранным критериям выставляются баллы от 1 до 5 и подводится итог. Рассмотрим на примере сравнительного анализа конкурентов учебного центра Nail Profi.

Таблица 2 – Данные для анализа

| Критерии | Nail Profi | Studio Viktoria | Beauty Lab | Nail Style |
|--------------------------------|----------------|-----------------|--------------|--------------|
| Местоположение учебного центра | Спальный район | Центр города | Центр города | Центр города |
| Стоимость курсов | 0-10 т.р. | 1,5-17 т.р. | 3-16 т.р. | 1,3-17 т.р. |

| | | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--|--------------------|--------------------|
| Ассортимент | Маникюр Педикюр Брови Макияж | Парикмахерское искусство Маникюр Педикюр Брови Ресницы Прически | Маникюр Педикюр | Маникюр педикюр |
| Предоставление моделей | Есть | Есть | Есть | Есть |
| Наличие лицензии | Нет | Есть | Нет | Нет |
| Стартовый набор | Нет | Нет | Есть | Нет |
| Наличие бесплатных мастер классов | Есть | Нет | Нет | Нет |
| Форма обучения | Очная | Онлайн курсы, очная | Очная | Видео уроки, очная |
| Вид обучения | Групповой | Индивидуальный, групповой | Групповой | Групповой |
| Бонусная программа | Нет | Есть скидки | Нет | Есть скидки |
| Итого конкурентных преимуществ | 4 | 7 | 3 | 4 |

Для проведения оценки конкурентоспособности четырех учебных центров были выбраны 10 критериев, на которые потребители обращают свое внимание при выборе места обучения. К этим критериям относятся: местоположение учебного центра (удобно ли будет добираться на занятия, наличие остановок общественного транспорта), стоимость курсов, ассортимент (количество направлений обучения), предоставляет ли учебный центр моделей или нужно самостоятельно осуществлять поиск, наличие у учебного центра лицензии на обучение, выдает ли учебный центр стартовый набор после окончания курса, наличие у учебного центра бесплатных ознакомительных мастер классов, форма обучения (очная, онлайн-курсы, видео уроки), вид обучения (групповой, индивидуальный), наличие бонусной программы. Выбрана шкала оценки от 1 до 5.

Таблица 3 – Оценка предприятий-конкурентов

| Критерии | Nail Profi | Studio Viktoria | Beauty Lab | Nail Style |
|-----------------------------------|------------|-----------------|------------|------------|
| Местоположение учебного центра | 4 | 5 | 5 | 5 |
| Стоимость курсов | 5 | 3 | 4 | 3 |
| Ассортимент | 4 | 5 | 3 | 3 |
| Предоставление моделей | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Наличие лицензии | 1 | 5 | 1 | 1 |
| Стартовый набор | 1 | 1 | 5 | 1 |
| Наличие бесплатных мастер классов | 5 | 1 | 1 | 1 |
| Форма обучения | 3 | 5 | 3 | 4 |
| Вид обучения | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Бонусная | 1 | 5 | 1 | 5 |

По результатам анализа видно, что учебный центр Nail Profi занимает среднюю позицию на рынке. Ориентиром для повышения конкурентоспособности следует взять учебный центр Studio Viktoria, он набрал наибольшее количество баллов, следовательно, у него больше конкурентных преимуществ. Обращать внимание на конкурентов с меньшими баллами тоже необходимо, возможно, они являются новыми игроками на рынке, поэтому еще не проводили мероприятия по повышению конкурентоспособности.

Обозначим конкурентные преимущества для учебного центра:

1. Удобное местоположение
2. Соотношение цена-качество
3. Широкий ассортимент услуг
4. Предоставление моделей для обучения
5. Подарок в конце обучения в виде стартового набора
6. Наличие онлайн-курсов
7. Наличие лицензии (позволяет выдавать сертификаты государственного образца о получении профессии)
8. Наличие бонусной программы

На 3 этапе организации необходимо определить стратегию повышения конкурентоспособности. В результате проведенных исследований, выявления конкурентных преимуществ, сильных и слабых сторон можно приступить к проведению мероприятий направленных на повышение конкурентоспособности. Для этого необходимо определить приоритетные стороны развития, оценить имеющиеся ресурсы и разработать план мероприятий по повышению конкурентоспособности. Учебный центр Nail Profi выбрал для себя такие конкурентные преимущества, как лицензирование образовательной деятельности, введение бонусной программы и подарок в виде стартового набора.

Таблица 4 - Мероприятия по повышению конкурентоспособности:

| Мероприятие | Ход деятельности | Результат |
|-----------------------------|--|--|
| Ввод бонусной системы | Ввести накопительную систему скидок на последующее обучение 5-15% (карта выдается после прохождения первого обучения) Заказать пластиковые карты с эмблемой учебного центра Вести учет выданных карт и базу данных клиентов | Клиенты будут возвращаться на повышение квалификации в учебный центр Nail Profi Появление базы данных позволит вести связь с клиентами, предлагать скидку на другие услуги, получать отзывы |
| Лицензирование деятельности | 1. Изучить СНиП и СанПин для выбранного направления обучения. 2. Подготовить помещение согласно требованиям и стандартам. 3. Получить на помещение заключение СЭС и пожарной инспекции. 4. Разработать и утвердите образовательные программы. 5. Подготовить документы педагогов об образовании, квалификации, стаже работы. | Получение лицензии позволит выдавать сертификаты государственного образца о прохождении обучения и присвоении профессии. Повышение статус учебного центра. Повышение качества образовательных услуг. |

6. Приобрести мебель, оборудование, технику, учебную литературу, методические пособия для проведения занятий.
7. Оплатить госпошлину на выдачу лицензии.
8. Подать документы в лицензирующий орган [3].

| | | |
|--|--|---|
| Введение подарка по окончании обучения | Продумать, что будет входить в стартовый набор Заказать выбранные инструменты Создать фирменную упаковку | Позволит привлечь больше клиентов. Реклама собственного магазина |
|--|--|---|

После введения мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности необходимо провести оценку проделанной работы, сделать выводы, оценить экономическую эффективность. Подводя итог, кратко опишем алгоритм повышения конкурентоспособности учебных центров:

1. Провести анализа собственного предприятия. Выявить сильные и слабые стороны
2. Провести сравнительный анализ конкурентов. Определить собственную позицию на рынке. Выявить конкурентные преимущества, характерные для данной отрасли.
3. Определить направление развития. Оценить собственные ресурсы, составить план мероприятий по повышению конкурентоспособности.
4. Оценить эффективность проведенных мероприятий.

В результате выполнения всех пунктов алгоритма предприятие получит достоверную информацию о своих конкурентах, оценит свои возможности, расширит свои конкурентные преимущества. Повышение конкурентоспособности предприятия способствует росту спроса на услуги, повышению качества оказываемых образовательных услуг, а так же росту прибыли.

Список использованной литературы

1. *Калашникова Л.М.* Конкурентоспособность предприятий и их продукции // *Машиностроитель*, 2003. № 11. С. 15-18
2. Лицензирование образовательной деятельности [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.regberry.ru/malyy-biznes/licenzirovanie-obrazovatelnoy-deyatelnosti#Poryadok_polucheniya_litsenzii