

**Непрокина Ирина Васильевна**

д-р пед. наук, профессор

**Панина Кристина Валерьевна**

магистрант

ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»

г. Тольятти, Самарская область

## **ОРГАНИЗАЦИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД**

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием предпринимательства в университетах России, которые базируются на трех основных принципах: разработка бизнес-ориентированных практических курсов, создание предпринимательской инфраструктуры и сотрудничество с действующими бизнесменами. Эти принципы заложены в разработку курсов магистерской программы «Менеджмент в образовании». Данные курсы помогают студентам на практике развивать предпринимательское мышление, пройдя такие курсы, студенты становятся более успешными в развитии собственного стартапа. В статье показаны преимущества процессного подхода, подобраны инструменты, необходимые для проектирования дефектологического центра в городской среде.

*Ключевые слова:* студенческая предпринимательская деятельность, бизнес-проекты, процессный подход, инструменты проектирования, дефектологический центр.

Одним из условий подготовки обучающихся к предпринимательской деятельности является применение инновационных педагогических технологий в сочетании с традиционными формами обучения, обеспечивающих профессиональную подготовку с развитием внутреннего потенциала и предпринимательской активности личности студента. Использование современных педагогических инноваций и прогрессивных обучающих технологий обеспечивает высокий уровень овладения знаниями, умениями и необходимыми навыками,

достаточный для успешной профессиональной реализации обучающихся, их профессиональной и личностной компетентности, умения адаптироваться к быстроизменяющимся условиям жизни, потребности в саморазвитии [2].

В рамках процессного подхода студенты формируют компетенции, связанные со знанием этапов и методик проведения маркетинговых исследований (SWOT, PEST, SPACE, пять сил Портера и т. д.); умение собирать и обрабатывать информацию о рынках, отрасли и продуктах, в том числе умение прогнозировать развитие рынка (объемы, стоимость, технические характеристики); умение сегментировать рынок и выделять целевые группы потребителей; умение оформлять результаты маркетинговых исследований, а также проводить качественный и количественный анализ рисков и методики реагирования на риски.

Рассмотрим разработку бизнес-проекта на примере создания дефектологического центра как фактора и ресурса развития дополнительного образования в городской среде.

Используя процессный подход, студентам необходимо определиться с основными и дополнительными процессами проектирования дефектологического центра. Каждому процессу необходимо определить ресурсы на входе и выходе процесса, а также его ответственные и исполнители [1].

Первым шагом в данной деятельности стало изучение мнения родителей (законных представителей) о необходимости создания такого центра, качестве оказания образовательных услуг, удовлетворенности работой учреждения, выявлении запросов и желаний возможных потребителей дефектологического центра [3].

Исходя из результатов анкетирования, следует вывод, что родители дошкольников с ограниченными возможностями здоровья нуждаются в создании дефектологического центра, который бы удовлетворил их запросы в насыщенной предметно-развивающей среде, в специалистах, которые бы подходили индивидуально к особенностям каждого ребенка и обеспечивали бы высокое качество образования, результатом которого бы являлось положительная динамика развития каждого дошкольника.

Основной процесс был связан с использованием стратегического анализа, который позволил выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на создание и работу дефектологического центра.

Анализ внешних факторов производился путем изучения микро- и макросреды. В качестве инструментария данных процессов были использованы «PEST – анализ» для определения макросреды и методика «Пяти сил Портера» с целью изучения микросреды.

SWOT-анализ дал возможность выявить и структурировать сильные и слабые стороны будущего дефектологического центра, его потенциальные возможности и угрозы, благодаря этому были определены параметры необходимые для создания и развития на должном уровне центра.

Срасе-анализ позволил выявить проблемы, стоящие перед дефектологическим центром, обусловленные положительными и негативными факторами внутри центра, а также имеющимися внешними угрозами и потенциальными возможностями. Данный анализ был необходим для оценки конкурентоспособности центра и главное для выбора стратегии его развития.

Срасе-анализ позволил определить наиболее выгодное стратегическое положение для дефектологического центра – консервативное стратегическое состояние. Данное состояние наблюдается у стабильных компаний, в нашем случае центра, с низким темпом роста. В данном случае дефектологический центр должен сконцентрироваться на финансовой стабилизации. Главным фактором является конкурентоспособность предоставляемых услуг в центре. Основными механизмами данного стратегического положения: снижение себестоимости услуги при повышении её качества, а также сокращение производства и выход на более перспективные рынки.

PEST-анализ позволил выявить политические, экономические, социальные и технологические факторы внешней среды. Каждый из факторов оказывает либо положительное влияние на стратегию дефектологического центра, как например будущие изменения в законодательстве, так и отрицательное влияние, например, экономический фактор – сезонность. Давая оценку этим факторам,

важно рассматривать не только их фактическое состояние, но и прогнозировать возможные изменения данных факторов. К примеру, если произойдет снижение реальных доходов населения, это приведет к изменению потребляемых услуг, отказу от части из них, росту спроса на более дешевые образовательные услуги. Для дефектологического центра это означает, что будут увеличиваться продажи более дешевых услуг. Для того чтобы минимизировать влияние этого фактора, следует пересмотреть «ассортиментный портфель» услуг, снизить цену на дорогие услуги, отказаться от повышения цен на дешевые услуги и ввести новые экономически оправданные предложения.

Общие результаты: проведенные выше методики позволила нам выявить стратегическое положение дефектологического центра. Значение стратегического положения в бизнесе возрастает с каждым днём, так как позволяет выживать центрам (компаниям) в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе. Важным моментом при управлении дефектологическим центром является быстрая адаптация к быстро меняющейся внешней среде. Поэтому мы выявили и структурировали сильные и слабые стороны центра, для того чтобы определить наши преимущества, потенциальные возможности и внешние угрозы. Внешним факторам (политическим, экономическим, социальным и технологическим) мы уделили особое внимание, так как они активно влияют на развитие центра.

Исходя из количественных результатов по каждому параметру, можно сделать вывод, что количество участников (игроков) на рынке незначительное, соответственно, уровень конкуренции низкий и риск потери доли рынка тоже.

Далее были рассмотрены подпроцессы, которые детализируют основные процессы, раскрывают последовательность их реализации и функционируют на исполнительском уровне. Был рассмотрен уровень дифференциации услуг на рынке. Нас интересовали коррекционно-развивающие центры, которые в основном предлагают стандартизированные услуги по ключевым свойствам, но отличающиеся по дополнительным преимуществам. Так, к примеру, во всех коррекционно-развивающих центрах проводятся индивидуальные и групповые занятия с различными специалистами: логопедом, дефектологом, психологом,

нейропсихологом, но каждый центр выбирает для себя или разрабатывает свои уникальные авторские методики работы с детьми с ограниченными возможностями здоровья. Именно выбор методик, по которым строится коррекционно-развивающая работа в центре, является преимуществом перед конкурентами. Из этого следует, что чем выше будет дифференциация услуги, чем ниже стандартизация услуги, а это значит, что риск переключаемости потребителя между различными центрами будет минимальным.

Следующим этапом проектирования подпроцесса стало определение уровня внутриотраслевой конкуренции, который накладывает ограничения на ценовую политику. Возможность к повышению цен допускается, но только в рамках покрытия роста затрат. Если мы будем значительно повышать цены на услуги в центре, то потребитель может выбрать аналогичную услугу по более низкой цене в другом центре, но исключать возможность в повышении цены недопустимо, иначе появится риск потери прибыли при постоянном росте затрат.

Немаловажным является подпроцесс угрозы входа новых игроков на рассматриваемый рынок, оценка осуществлялась с помощью высоты входных барьеров. Был выявлен средний уровень угрозы входа новых игроков. Первым параметром оценки является экономия на масштабе при производстве услуги, данный эффект достигается путем увеличения выпуска услуг, что ведет к снижению средних затрат. Наши прямые конкуренты могут увеличивать объем производства за счет расширения перечня услуг, введения платных семинаров, мастер-классов, тем самым постоянные издержки в работе центра будут в меньшей степени влиять на единицу выполненной услуги. В городской среде, как описывалось выше, есть два крупных игрока, которые держат около 50% рынка это Тольяттинский лечебно-реабилитационный центр «Ариадна» и центр речевого развития «Логопед-центр», остальные 50% приходятся на долю частных логопедических и дефектологических кабинетов. Эти две существующие марки занимают сильную позицию, что говорит о сложности вступления новых игроков в данную отрасль. Для входа в данную отрасль потребуется от 6 до 12 месяцев, получается, что начальный уровень инвестиций для вступления в данную отрасль находится

на среднем уровне сложности вхождения для новых игроков. Привлекательность данной отрасли высокая, так как требуются умеренные инвестиции для того, чтобы добраться до целевой аудитории. Дефектологическому центру необходимо предоставлять услуги, которые обладают отличительными характеристиками, чем будет выше уникальность наших услуг, тем ниже вероятность, что покупатель найдет альтернативу. Важно всегда анализировать работу своих конкурентов и следить за изменением цены на аналогичные услуги, стараться предлагать более качественные услуги, с уникальными преимуществами, чтобы у покупателя не возникала чувствительность к цене.

Оценка рисков составляющей бизнес-проекта «Дефектологический центр» проводится с помощью анализа внешних и внутренних факторов. К внешним факторам мы отнесем рынок сбыта и угрозы, возникающие в результате экономической ситуации в стране. К внутренним факторам относится эффективность управления дефектологическим центром.

В связи со спецификой дефектологического центра выделим следующие внешние риски: реакция прямых конкурентов. Минимизировать данный риск возможно благодаря постоянному мониторингу рынка данных услуг, формированию собственной клиентской базы, наличию уникальных предложений (бесплатная диагностика) и программ лояльности клиентов.

Следующим риском является повышение арендной платы, это приведет к увеличению постоянных расходов дефектологического центра и скажется на общем финансовом состоянии центра. Мероприятием по устранению данного риска является: выбор добросовестного арендодателя и заключение договора долгосрочной аренды.

Работа центра напрямую связана с коррекционной образовательной деятельностью, как уже было сказано выше, поэтому вмешательство государства в данную отрасль заключается в возможности лимитировать и закрыть возможность входа в отрасль с помощью лицензирования, поэтому необходимо зарегистрировать центр как «ООО» и собрать всю необходимую документацию для получения лицензии. Также государство регламентирует работу центров для детей

с ограниченными возможностями здоровья при организации среды для данной группы детей, важно чтобы кабинеты в дефектологическом центре и их оснащение соответствовало требованиям СанПиН. И это еще один риск, который был выделен нами в процесс проектирования центра.

Таким образом, для того чтобы дефектологический центр в долгосрочном периоде смог сохранять конкурентоспособность и удерживать свою прибыль, были разработаны следующие направления работы:

1. Необходимо повышать качество предоставляемых услуг, четко дифференцировать свои услуги от услуг-заменителей, разработать дополнительные преимущества от покупки услуг дефектологического центра. Важно концентрировать усилия на построение осведомленности потребителей об уникальном предложении и уделять особое внимание целевой аудитории, заинтересованной в данных характеристиках этой услуги.

2. Дефектологическому центру необходимо на постоянной основе проводить мониторинг предложений конкурентов. Развивать уникальность услуг и повышать их воспринимаемую ценность, тем самым снижая влияние ценовой конкуренции на продажи. Целесообразно повышать уровень знаний о предоставляемых услугах и их особенностях.

3. Для сохранения конкурентоспособности обязательно следить за появлением новых игроков, сконцентрировать рекламную активность на построение длительных отношений с текущими потребителями.

4. Для снижения угрозы потери постоянных клиентов рекомендуется диверсифицировать портфель потребителей дефектологического центра. Разработать для потребителей, чувствительных к цене, эконом-услуги, а для потребителей с высоким достатком – программы для vip-клиентов. Продолжать работу по повышению качества услуги по отстающим параметрам.

### ***Список литературы***

1. Коречков Ю.В. Процессный подход к управлению организацией высшего образования / Ю.В. Коречков // Вестник евразийской науки. – 2017. – №3 (40) [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/protsessnyy-podhod-k-upravleniyu-organizatsiyevysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 22.03.2020).

2. Яковлев Г.А. Организация предпринимательской деятельности: 2-е изд. / Г.А. Яковлев. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 313 с.

3. Об утверждении концепции развития системы ранней помощи в Самарской области на период до 2020 года: Распоряжение Правительства Самарской области от 26 июня 2018 г. №507-р // Собрание законодательства Самарской области. – 2018. – №1839-р. – Ст. 116.

4. Джилли Сальмон. Высшее образование 1.0–3.0 / Сальмон Джилли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gillysalmon.com/uploads/5/0/1/3/50133443/education\\_1-0\\_to\\_3-\\_0.pdf](http://www.gillysalmon.com/uploads/5/0/1/3/50133443/education_1-0_to_3-_0.pdf) (дата обращения: 07.12.2017).

5. Соколова Н.А. Педагогика дополнительного образования детей: учеб. пособие для студ. пед. вузов / Н.А. Соколова. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2010. – 225 с.