

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Азарова А.И., Твердохлебова Т.В.

Государственный университет цветных металлов и золота, г. Красноярск

Проблема внедрения дистанционных технологий в системе профессионального образования в настоящее время является актуальной не только для крупных столичных центров, но и для регионов. Основная трудность развития данной технологии обучения в регионах заключается в отсутствии информации, в то время как потребность в получении достойного образования здесь не менее актуальна. Образование региональных представительств московских вузов, работающих с помощью применения дистанционных технологий в учебном процессе позволит решить недостаток профессиональных знаний, необходимых в практической финансово-хозяйственной деятельности руководителей и работников финансово-хозяйственной сферы регионов без отрыва от работы и потери времени, затрачиваемого на перелеты в головной вуз, как это до сих пор применяется, практически повсеместно, в системе заочного образования. В то же время для успешного внедрения программ дистанционного обучения, необходимо определить: насколько насущна данная потребность в конкретном регионе, проанализировать возможности рынка и платежеспособный спрос, сопоставить возможности и потребности рынка.

Для определения направления развития услуг дистанционного образования на рынке Красноярского края и укрепления рыночных позиций был проведен стратегический анализ потенциальных возможностей региона. На корпоративном уровне маркетинговых стратегий мы применили портфельный анализ методом Бостонской консалтинговой группы.

В результате проведенного анализа было определено, что на сегодняшний день данная услуга занимает позицию «знаков вопроса», складывается достаточно благоприятная ситуация на рынке, которая при правильном подходе к развитию деятельности будет способствовать дальнейшему росту и увеличению рыночной доли, чтобы перейти из «знаков вопроса» к «звездам». Соответственно, варианты стратегий на данном этапе – рост, увеличение доли рынка.

Дальнейшее направление стратегии роста можно определить с помощью построения модели роста Ансоффа. В результате проведенного анализа выяснилось, что наиболее целесообразным направлением деятельности при продвижении услуг дистанционного образования в нашем регионе в существующих условиях является «Проникновение на рынок». На следующем этапе мы провели анализ возможностей проникновения и разработали политику дальнейшего продвижения.

На первом этапе были определены группы потребителей и требования, предъявляемые к услуге, для этого мы воспользовались стратегией сегментирования. А с помощью критериев сегментации параллельно определили основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на развитие дистанционного образования

На основе полученных данных, можно сделать вывод, что рост доходов населения, особенно в интересующих нас секторах экономики должен способствовать продвижению

предлагаемой услуги. Так как параллельно с ростом доходов можно спрогнозировать и рост благосостояния в целом, а также рост социальных потребностей, в том числе и в сфере образовательных услуг. При сохранении существующих тенденций, влияние данного фактора следует рассматривать положительно.

Собрав полученную информацию в виде матрицы SWOT, были выявлены основные тенденции развития рынка дистанционного образования на территории Красноярского края (см. рисунок).

<b>Внешние факторы</b>	<p style="text-align: center;"><b>ВОЗМОЖНОСТИ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стабильное экономическое положение в целом</li> <li>2. Рост доходов населения, занятого в финансовом секторе и увеличение потребностей в более совершенных технологиях позволяет предоставлять новые пакеты услуг</li> <li>3. Рост предприятий финансового сектора экономики, в том числе московских представительств</li> <li>4. Увеличение актуализированной потребности в образовании</li> <li>5. Отсутствие сильных конкурентов на рынке</li> <li>6. Высокие темпы роста рынка</li> <li>7. Наличие поддержки местных органов власти</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>УГРОЗЫ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Неспозиционированная услуга на рынке, нет должного понимания технологий дистанционного образования</li> <li>2. Отсутствие нормативно-правовой базы</li> <li>3. Недостаток высококвалифицированных специалистов в регионе</li> <li>4. Угроза внедрения аналогичных программ конкурентами</li> <li>5. Угроза ухудшения экономического положения в целом</li> </ol>
<b>Внутренние факторы</b>	<p style="text-align: center;"><b>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие необходимой технологической базы,</li> <li>2. Квалифицированные специалисты, высокий кадровый потенциал</li> <li>3. Быстрые темпы наращивания опыта</li> <li>4. Уникальность предоставляемой услуги</li> <li>5. Удобное расположение представительства</li> <li>6. Высокая репутация</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Высокая стоимость обучения</li> <li>2. Необходимость расширения аудиторных классов</li> <li>3. Отсутствие официальной стратегии развития, признанной на предприятии</li> <li>4. Нет четкого направления дальнейшего развития</li> <li>5. Организационная структура</li> </ol>

Рисунок – Матрица SWOT

Учитывая данные проведенного анализа можно сделать вывод, что внешняя среда на сегодняшний день относительно благоприятна, темпы роста на рынке достаточно высокие, в то же время охват рынка на сегодняшний день небольшой, что может положительно сказаться на внедрении и дальнейшем продвижении услуг дистанционного образования на данный рынок.