

Разработка стратегии управления инновационными процессами в высшем учебном заведении



Образование в Российской Федерации сегодня является одним из приоритетных национальных проектов в политической стратегии государства. Главный ориентир стратегии России — инновационный путь развития. Создание инновационного образовательного пространства на всех уровнях (довузовское, вузовское и послевузовское) является первоочередной задачей.

Интеграция инновационных образовательных технологий в учебный процесс в вузах открывает новые перспективы развития отечественного высшего профессионального образования. В связи с этим становится актуальной проблема выбора эффективного механизма управления инновационными процессами в высших образовательных учреждениях.

Коробова Елена Михайловна — аспирантка Института менеджмента кафедры общего и стратегического менеджмента Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ)

Интеграция инновационных образовательных технологий в учебный процесс в вузах открывает новые перспективы развития отечественного высшего профессионального образования. В связи с этим становится актуальной проблема выбора эффективного механизма управления инновационными процессами в высших образовательных учреждениях. В настоящей работе рассмотрены основные этапы разработки инновационной стратегии высшего учебного заведения. Сделан вывод о том, что эффективно разработанная инновационная стратегия вуза, основанная на грамотном и логичном построении, способствует его успешной работе.

Этапами разработки инновационной стратегии высшего учебного заведения являются:

- формулирование миссии;
- формулирование стратегической концепции развития;
- обозначение целей;
- выявление стратегических задач и их описание;
- маркетинговый менеджмент как элемент системы управления учебно-научно-производственным холдингом.

Под миссией высшего учебного заведения понимают его глав-

ную цель, раскрывающую смысл его существования, и признаки, отличающие его от других вузов. Миссия задает общие стандарты деятельности вуза и определяет его культуру. Она, в частности, определяет функции высшего учебного заведения, то есть ясно очерчивает виды и формы его деятельности с тем, чтобы вуз оставался вузом, то есть решал фундаментальные задачи в сфере образования и науки, сформулированные обществом и государством.

Миссия способствует единению сотрудников и студентов вуза, зарождению корпоративного духа и организационной культуры, а также закреплению определенного имиджа вуза в представлении субъектов внешней среды.

Так, к примеру, миссия негосударственного высшего учебного заведения НОУ «Якутский институт в Москве» заключается в обеспечении высокоэффективного образовательного процесса и формировании профессионально, духовно и физически подготовленной личности для последующей работы в сфере политики, экономики, бизнеса. Якутский институт в Москве был создан в 1998 г. по инициативе президента Республики Саха (Якутия) М.Е. Николаева и на основании соглашения между правительством Москвы и Классической финансовой инвестиционной компанией. Вуз имеет государственную аккредитацию. Обучение студентов проводится по экономическим специальностям.

Для выполнения данной миссии руководство вуза планирует и реализует инновационную стратегию. Инновационная стратегия вуза основана на предоставлении обучающимся новых уникальных образовательных продуктов (услуг) с использованием новейших технологий.

Для разработки стратегии вуза необходима детальная информация как о внешней среде (рынки обра-

зовательных услуг, конкуренты — частные вузы, учебные заведения, занимающиеся повышением квалификации, учебные подразделения компаний), так и о внутренней среде вуза (продукты — условия для обучения, программы и планы обучения, необходимые для этого ресурсы, бизнес-процессы учебного заведения, менеджмент, маркетинг и т.д.).

После проведения стратегического анализа и обработки информации необходимо разработать стратегический план вуза. При разработке стратегическо-

Инновационная стратегия вуза основана на предоставлении обучающимся новых уникальных образовательных продуктов (услуг) с использованием новейших технологий.

го плана учебного заведения необходимо ориентироваться на стратегическую концепцию развития вуза.

Стратегическая концепция развития НОУ «Якутский институт в Москве» основана на развитии и реализации принципов и методологии высшего профессионального образования согласно концепции устойчивого развития современного общества:

- содействие формированию нового мировоззрения и образа жизни, основанных на приоритете общечеловеческой ценности и глобальном принципе устойчивого развития общества;
- создание необходимых условий для удовлетворения потребностей личности в интеллектуальном, культурном и духовно-нравственном развитии;
- развитие отвечающей современным потребностям Республики Саха (Якутия) системы высшего профессионального образования с учетом лучшего отечественного и зарубежного опыта;
- подготовка специалистов, способных разрабатывать и реализо-

вывать решения и проекты с учетом местных, региональных и отраслевых экономических, политических, демографических и иных особенностей.

Исходными предложениями, включенными в инновационную стратегию высшего учебного заведения, должны быть следующие:

- организация и проведение инновационного образовательного процесса в сфере высшего профессионального образования;
- организация и осуществление инновационных образователь-

ных программ переподготовки, повышения квалификации и получения дополнительных специальностей по профилю вуза;

- реализация системы довузовской подготовки инновационного типа;
- налаживание международного сотрудничества и реализация внешних связей по инновационным направлениям развития вуза;
- создание и развитие собственной материально-технической базы обучения, основанной на новейших разработках научно-технического процесса.

Стратегические цели Якутского института в Москве следующие.

1. Развитие системы образования и воспитания.

Стратегическая цель: обеспечить конкурентоспособность высшего учебного заведения. Указанная цель декомпозируется на три задачи:

- создать лучшую в регионе систему высшего профессионального образования и воспитания, основанную на инновациях;

- обеспечить высокое качество высшего профессионального образования на основе единства научной и образовательной деятельности, использования лучшего мирового и отечественного опыта;
- обеспечить развитие конкурентных преимуществ вуза.

2. Развитие науки и научных исследований.

Стратегическая цель: обеспечить конкурентоспособность научных разработок вуза в регионе, государстве и мире.

Образовательные и научно-исследовательские услуги вузов только тогда пользуются успехом, когда они разработаны и внедрены для совершенно определенных потребителей, регионов сбыта и т.п.

Декомпозируется она на четыре задачи:

- определить приоритетные направления развития фундаментальной науки и прикладных исследований и разработок;
- обеспечить развитие инфраструктуры и обслуживания науки и исследований до мирового уровня;
- обеспечить подготовку элитных кадров высшей квалификации и привлечение высококвалифицированных ученых как Московского, так и Якутского региона;
- обеспечить привлечение государственных и корпоративных инвестиций в науку до объемов мирового уровня.

3. Развитие инвестиционной деятельности вуза.

Стратегическая цель: обеспечить лидирующее положение в регионе и государстве в области коммерциализации разработок, генерации конкурентоспособных идей, создать инновационные структуры наукоемкой продук-

ции. Программа декомпозируется на следующие задачи:

- формирование методологии, системы и обеспечение отбора инновационных разработок;
- формирование инфраструктуры полного цикла инновационной деятельности;
- увеличение инвестиционных вложений со стороны Республики Саха (Якутия), привлечение инвестиций предприятий региона;
- разработка методов стимулирования инновационной деятельности;
- целевая подготовка специалистов и привлечение талантливых

кадров для работы в инновационных коллективах.

4. Экономическое и финансовое обеспечение инновационной программы.

Стратегическая цель: обеспечить экономические и финансовые условия для выполнения программы развития вуза как регионального центра науки, образования, инно-

ваний мирового класса. Для решения этой задачи необходимы:

- общая оценка ресурсного обеспечения;
- источники финансирования программы;
- система налоговых и других льгот;
- рентабельность программы.

Как показывает практика, руководство вузов делает основной акцент на решение текущих задач в организации учебного процесса и упускает из виду конечные цели — внедрение инновационных технологий в работу вуза. В связи с этим очень важно производить оценку направлений развития учебного заведения и выработку стратегии долгосрочных целей вуза.

Инновационная стратегия имеет две составляющие: правильное распределение инновационных ресурсов и формирование конкурентного преимущества. Наиболее приемлемым из известных подходов к разработке стратегий является модель Ансоффа.

Модель Ансоффа «образовательная и научно-исследовательская услуга-рынок» может быть представлена в виде матрицы.

Подход Ансоффа сводится к рассмотрению распределения инноваций в области маркетинга и инновационных технологий в об-



разовательных и научно-производственных услугах вуза. Высшее учебное заведение имеет четыре варианта выбора в области образовательных услуг и рынков, на которых оно хочет работать. Вуз может поставить цель расширить долю своих образовательных, научно-исследовательских услуг за счет рекламирования этих услуг среди потребителей на целевом рынке. Поэтому вузу необходимо внедрять новые образовательные и исследовательские услуги для уже существующих потребителей — стратегия «разработки новой образовательной услуги» и стратегия «расширения границ рынка».

Матрица Ансоффа для Якутского института в Москве представлена в *таблице*.

Диверсификация предполагает разработку и внедрение новых инновационных технологий как в области организации маркетинга вуза, так и в области образовательных и исследовательских услуг.

Существует два вида интеграции.

Интеграция «вперед» — разработка и внедрение инновационных технологий в процессы вуза и дальнейшая передача этих технологий внешним структурам (филиалам) учебного заведения.

Интеграция «назад» — вуз берет на себя не только разработку и внедрение инновационных образовательных услуг, но и доведение ин-



новационных исследовательских технологий до серийного производства, то есть берет на себя функцию производителя в рамках инновационной стратегии.

НОУ «Якутский институт в Москве» в рамках своей инновационной стратегии проводит комплекс управленческих мероприятий по разработке образовательных и научно-исследовательских услуг, усовершенствованию образовательных услуг, расширению научно-исследовательских и производственных работ, интеграции новых образовательных технологий в учебный процесс, а также созданию новой научной продукции для своего рыночного сегмента.

Для реализации инновационной стратегии в Якутском институте в Москве создан специализированный инновационный научно-об-

разовательный центр (ИОНЦ) подготовки элитных специалистов по выбранному направлению. Такой центр не является навечно встроенным в структуру вуза подразделением, конкурирующим с традиционными кафедрами и факультетами и дублирующим их функции. В рамках ИОНЦ должна иметься возможность реализации образовательных программ, соответствующих актуальным в тот или иной момент запросам:

- основного высшего образования по соответствующим направлениям (специалисты, бакалавры, магистры);
- образования с целью присвоения дополнительной квалификации;
- повышения квалификации специалистов организаций — партнеров вуза.

Инновационный научно-образовательный центр и вспомогатель-

Инновации в области образовательных услуг

		Текущая услуга	Новая услуга и продукция
Инновации в области маркетинга услуг	Новые образовательные рынки	– Стратегия выхода на рынок образовательных и научно-исследовательских работ. Увеличение доли рынка. Расширение видов образовательных и научных услуг	– Стратегия разработки образовательных и научно-исследовательских услуг; – усовершенствование образовательных услуг; – расширение научно-исследовательских и производственных работ; – новая образовательная технология; – новая научная продукция для тех же рынков
	Имеющиеся образовательные рынки	– Стратегия расширения рынка; – расширение рынка существующей образовательной услуги; – географическое расширение; – новые стратегические сегменты	– Стратегия диверсификации; – вертикальная интеграция; – интеграция «вперед»; – интеграция «назад»; – диверсификация в «родственные» направления (концентрическая диверсификация)

ные подразделения вуза совместно с внешней средой (бизнес-окружение, партнеры, потребители, органы власти) формируют инновационно-образовательное пространство института, которое обеспечит качественно новый уровень его деятельности благодаря следующим положениям:

- создание условий для качественной профессиональной подготовки, связанных с системой преемственного многоступенчатого образования (довузовского, вузовского и послевузовского), многоуровневого профессионального образования в условиях междисциплинарной и мультинаучной среды;
- эффективная система дополнительного профессионального образования;
- гибкая схема инновационного проектного менеджмента;



вательские услуги вузов только тогда пользуются успехом, когда они разработаны и внедрены для совершенно определенных

Эффективно разработанная инновационная стратегия вуза способствует усилению его конкурентных преимуществ и успешному функционированию на рынке образовательных услуг.

- достижение инновационных образовательных целей вуза, связанных с опережающей подготовкой специалистов, обладающих необходимыми профессиональными и общими компетенциями, потенциалом научного творчества и самообразования, профессиональной и социальной мобильностью;
- переход от функционального принципа и вертикальной структуры управления к гибкой схеме проектного менеджмента;
- повышение квалификации преподавателей в области инновационных технологий обучения;
- реализация стратегии, нацеленной на повышение качества образования;
- ориентация на потребителя.

Как показывает опыт, образовательные и научно-исследо-

потребителей, регионов сбыта и т.п. В связи с этим важно, чтобы стратегии в области маркетинга базировались на той ключевой компетенции, которая является для высшего учебного заведения основой.

Таким образом, учитывая рассмотренный нами подход к разработке инновационной стратегии, делаем вывод о том, что эффективно разработанная инновационная стратегия вуза, основанная на грамотном и логичном построении, являясь важным этапом в стратегическом управлении деятельностью высшего учебного заведения, способствует усилению его конкурентных преимуществ и успешному функционированию на рынке образовательных услуг.

■

ПЭС 10157/16.06.2010

Литература

1. Бекетов Н.В., Денисова А.С. Современная модель инновационного развития национально-образовательной системы. Университет в системе непрерывного образования. Материалы Международной науч.-методич. конференции (Пермь, Пермский ГУ, 14–15 октября 2008 г.). Пермь, 2008. С. 65
2. Глуценко И.И. Система стратегического управления инновационной деятельностью. Железнодорожный: Крылья, 2006.
3. Ендовицкий Д.А., Коменденко С.Н. Организация анализа и контроля инновационной деятельности хозяйствующего субъекта / Под ред. Л.Т. Гиляровской. М.: Финансы и статистика, 2004.
4. Девяткина М.А., Мирошникова Т.А., Петрова Ю.И. и др. Инновационная политика высшего учебного заведения / Под ред. Р.Н. Федосовой. М.: Экономика, 2006. 178 с.
5. Лазарев В.А., Мохначев С.А. Конкурентоспособность вуза как объект управления. Монография. Екатеринбург: Пригородные вести, 2003.
6. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.: Бизнес-школа «ИНТЕЛ-СИНТЕЗ», 2008.
7. Шеховцева Л.С. О некоторых понятиях стратегического управления // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 6.