

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ИННОВАЦИИ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Задача построения инновационной экономики в России, глобализация мировых образовательных и академических связей трансформирует отношение к знаниям как к социальному благу, доступному всем желающим, в сторону их рассмотрения как экономического продукта, к которому предъявляются требования конкурентоспособности и экономической эффективности. Подписание Россией Болонских соглашений, резкое сокращение количества выпускников школ к 2007 году, планируемые Минобрзаования России изменения в системе финансирования высшей школы свидетельствуют о необходимости «взгляда со стороны» на конкурентные позиции вуза в социально-экономической среде. За последние 10 лет в большинстве вузов существенно вырос сектор коммерческих образовательных, консалтинговых услуг, налажен выпуск инновационной продукции. Можно констатировать, что высшая школа, оставив за собой миссию культурно-научно-образовательного центра региона, стремительно осваивает области, относящиеся к предпринимательской деятельности.

В эпоху тотального государственного заказа стратегический менеджмент был уделом централизованного управления, осуществляемого уполномоченным органом от имени государства. При этом различия в системах управления вузами были минимальны. В настоящее время существенно возросли различия в экономике регионов, а также возможности вариативности в развитии университетов. Постоянный анализ внешнего окружения и принятие управленческих решений по оптимизации собственного поведения определяются адаптивностью организации. Под адаптивностью вуза будем понимать способность объекта (системы) изменять свои параметры в связи с изменениями в ней самой или в зависимости от состояния внешней среды с целью повышения эффективности. Адаптивность, таким образом, является показателем потенциала продуктовых, технологических, организационных изменений.

Необходимость быстро реагировать на экономические и социальные изменения привела к усложнению организационной и управленческой

структуры вузов, что усилило тенденции к децентрализации управления. Наличие вышеперечисленных факторов достаточно для того, чтобы повсеместно внедрить в управленческую практику высшей школы элементы стратегического менеджмента, то есть определения миссии, стратегических целей, стратегий и функциональных политик вуза по крайней мере на среднесрочный период 3 – 5 лет. Разработка и принятие данных документов позволит объединить сотрудников и менеджмент вокруг общих ценностей и конкретных задач, активизировать передачу ответственности от ректора к менеджерам направлений и подразделений без утери контроля и управляемости. Развитие научно-методического сопровождения, прикладного инструментария стратегического планирования в вузе является в современных условиях России весьма актуальной задачей для высшей школы, позволяющей решить проблему модернизации высшего образования, повышения его качества и конкурентоспособности на мировом рынке образовательных услуг. Однако следует отметить, что в эпоху перемен стратегический менеджмент должен быть в первую очередь преобразующим, то есть трансформировать вуз в соответствии с требованиями и потребностями окружающей среды.

Внедрение в практику вуза механизмов стратегического управления, основанного на инновациях и системе менеджмента качества, является необходимым инструментом для формирования конкурентных преимуществ университета и сбалансированной с его возможностями доли рынка образовательных и научно-технических услуг.

Лордкипанидзе М. Г.,
Жданович А. В.,
г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Основной тенденцией последних лет является активное участие вузов в становлении рыночных отношений в России. Согласно Закона «Об образовании» вузы получили возможность оказывать дополнительные образовательные услуги и заниматься предпринимательской деятельностью.

Ещё одним свидетельством расширения предложения является появление на данном рынке негосударственных образовательных учрежде-