

## ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ВУЗОМ

*In the thesis the most attention is devoted to innovation university management. Speaks about actual prosecution out of budget means, modern methods of market investigation and about realization effective innovation strategys.*

Переход от «сырьевой» российской экономики к высокотехнологичной, основанной на активизации инновационных процессов, предполагает модернизацию образования, его содержательное и структурное обновление, адаптацию к рыночным отношениям, в том числе путем повышения качества управления образовательными учреждениями.

Актуальность проблемы возрастает в связи с бурным развитием рынка образовательных услуг, особенно в сфере высшего образования. Наиболее отчетливо усиление конкуренции проявляется на гуманитарных, финансово-экономических направлениях образовательной деятельности вузов, что находит отражение в росте количества негосударственных учреждений на данном рыночном сегменте, а также в значительном увеличении численности обучающихся в них студентов. Тенденция к обострению конкуренции усиливается вследствие воздействия целого ряда факторов: сокращения и реструктуризации сферы производства, демографического спада, перехода к открытому образованию, возрастания роли информационных технологий, уменьшения доли бюджетных средств в финансировании высших учебных заведений.

В условиях рыночной среды привлечение вузами внебюджетных средств основывается на разнообразных видах предпринимательской деятельности, а следовательно, требует применения современных методов исследования рынка, формирования и реализации эффективных инновационных стратегий. Накопленный отечественный и зарубежный опыт стратегического и инновационного менеджмента коммерческих организаций позволяет успешно применять апробированный инструментарий маркетинга в сфере образовательных услуг, выявлять тенденции развития различных секторов рынка указанных услуг и осуществлять оценку их привлекательности с целью принятия адекватных управленческих решений. В частности, это относится к методам ситуационного анализа, SWOT-анализа, брэндинга, управленческого учета и т. д.

Вместе с тем практическая реализация инновационного управления вузами затруднена из-за недостаточной разработки целого ряда теоретико-методологических аспектов формирования и развития рынка образовательных услуг. Прежде всего требует более глубокого изучения экономической сущность образовательной услуги как товара. Наряду с традиционно определяемыми особенно-

стями услуг, такими как нематериальность, несохраняемость, единство производства и потребления, отдаленность выгоды, неосязаемость, образовательная услуга является частью интеллектуального продукта, получающего реализацию в процессе научно-педагогического труда и адаптированного к определенному сегменту рынка образовательных услуг. Затраты на производство и реализацию образовательного продукта носят общественный характер. Помимо коммерческой составляющей, образовательная услуга – общественное благо, реализующее социальные и культурно-духовные функции образования.

Соответственно требует уточнения характеристика конечного продукта образовательного учреждения, а также методология обоснования его ценовой политики.

Особую специфику имеет и сам рынок образовательных услуг. Отсутствие сформировавшейся системы характеризующих его показателей затрудняет практическую реализацию инновационных образовательных стратегий.

С. А. Макроносова

## **РАЗВИТИЕ УЧЕБНЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

*In this thesis the main ideas of development of educational programs of small business are shown. A special attention is given to the special business courses of the university level and to modern methods of these courses.*

В отечественном управлении должна произойти смена поколений. Проблема в том, что на многих ключевых позициях стоят неквалифицированные люди. Рынок очень динамичен, он предъявляет требования к знаниям, умениям и навыкам, которые еще 5–6 лет назад были невостребованы. Такие дисциплины, как «Менеджмент», «Маркетинг», «Финансовый менеджмент», «Бизнес-проектирование», «Антикризисное управление» и др., начали преподаваться и осваиваться российскими предпринимателями лишь в последнее десятилетие XX в.

Опыт показывает, что невозможно в современных условиях лишь однажды изучить, например, как управлять финансами, а затем пользоваться этими знаниями всю оставшуюся жизнь. Процесс обучения должен носить непрерывный характер. В связи с этим наряду с традиционными все большее развитие получают новые типы учебных заведений. Это прежде всего учебные центры служб занятости, дистанционные формы обучения, негосударственные учебные центры, бизнес-школы и др. По некоторым оценкам, их число в России достигает