

3. Проведения мероприятий в школах, которые покажут будущим абитуриентам, чем отличается жизнь студента от жизни школьника.

4. Сотрудничества высших учебных заведений с крупными компаниями по всей стране, которые могли бы обеспечить студентов стажировкой не только во время практики, но и на протяжении всего учебного процесса.

5. Участие самих студентов в инновационном развитии различных обучающих программ.

Благодаря всем этим мерам, мы получим более качественное образование, которое может быть конкурентоспособно не только в нашей стране, но и среди многих развитых стран. А с внедрением в образовательный процесс инновационных программ, мы сможем добиться быстрого, легкого и результативного запоминания материала и подготовку наиболее подкованных и знающих свое дело специалистов.

### **Литература**

1. Менеджмент качества образовательных процессов: учебное пособие / Э.В. Минько, Л.В. Карташева и др.; под ред. Э.В. Минько, М.А. Николаевой. М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 400 с.: 60x90 1/16.

2. Мордовченков Н.В., Климина Е.В. Повышение качества образовательных услуг как условие перехода к постиндустриальной экономике // Управление экономическими системами. 2012. № 4.

3. Управление взаимоотношениями с потребителями образовательных услуг в сфере ВПО: монография / Е.А. Неретина, Т.Г. Соловьев. М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 156 с.

## **ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРАТЕГИИ ВУЗА**

И.Н. Маврина  
научный руководитель А.Г. Мокроносов  
Россия, г. Екатеринбург,

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

В условиях усиления конкурентной среды на рынке услуг высшего образования повышается актуальность проблемы разработки эффективного механизма формирования и реализации стратегии конкурентного развития вузов. В настоящее время усиление конкуренции в сфере высшего образования обусловливается происходящими процессами глобализации, смещением конкурентных преимуществ в сферу научной деятельности вузов, появлением новых провайдеров образовательных услуг, а также ужесточением требований государства и работодателей, предъявляемых к качеству вузовского обучения. Данные тенденции нашли в частности отражение в произошедшей стратификации отечественных вузов, выделении в их составе федеральных и национально-исследовательских на конкурсной основе, а также реализуемым в настоящее время механизмом мониторинга эффективности вузов, осуществляемым Минобром. В ближайшей перспективе конкуренция, по мнению автора, будет существенно усиливаться, что обусловлено намечаемым сокращением вузов, в соответствии с утвержденной Правительством РФ Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы.

Своеобразным проявлением актуализации вопросов стратегического вузовского управления возможно отметить увеличение в последнее время числа научных

публикаций как отечественных, так и зарубежных ученых по данной проблематике. Среди авторов, внесших значительный вклад в исследование механизма вузовского стратегического управления возможно выделить научные труды М.В.Владыка, Н.А. Молодчик, С.В.Кортов, И.А.Майбуров, А.Г.Шеломенцев.

Вместе с тем, несмотря на большую социально-экономическую значимость вышеуказанной проблемы, многие теоретико-методологические аспекты формирования и реализации конкурентной вузовской стратегии остаются недостаточно разработанными. Это обусловлено значительной спецификой образовательных услуг как товара, особенностями рынка услуг высшего образования, характером его государственного регулирования, а также незначительным опытом отечественного вузовского менеджмента в условиях рыночной среды.

В настоящее время существует большое разнообразие экономических школ, исследующих проблему формирования и реализации стратегии организации. В частности, Г. Минцберг, Б.Альстрэнд, Дж.Лэмпел выделяют предписывающие, описывающие школы стратегии и школы трансформации[1].

По мнению автора, применительно к исследованию проблемы стратегического управления вузом большое значение имеет концепция стратегий «корневых компетенций». Согласно данной концепции корневые компетенции организации – это её индивидуальный источник разработки будущих конкурентоспособных продуктов, т.е. своеобразные корни конкурентоспособности, а конкретные продукты и услуги – плоды конкурентоспособности. Трудновоспроизводимые для конкурентов уникальные корневые компетенции являются важнейшей предпосылкой обеспечения устойчивой конкурентоспособности организации. Корневые компетенции, как совокупность уникальных знаний, умений и навыков, должны отвечать следующим критериям: вносить наибольший вклад в воспринимаемую потребителем ценность товара или услуги; представлять трудность для воспроизводства конкурентами; иметь возможность расширенного производства и реализации максимальной линейки продукта или услуг, в основе которой лежит корневая компетенция. Формирование и реализация стратегии заключается в выявлении, усилении и развитии в первую очередь уникальных корневых компетенции [5].

Следует также отметить, что в качестве ключевых конкурентных преимуществ вуза выступают его нематериальные активы, в том числе его имидж и репутация, формируемые в результате целенаправленных усилий менеджмента образовательных учреждений, общественной активности его преподавателей и выпускников. При этом, имиджевые параметры все больше основываются на столько на рекламных компаниях, сколько на результатах независимых рейтинговых оценок научно-исследовательского, образовательного и инновационного потенциалов. Поэтому мероприятия по повышению рейтинга вуза становятся важнейшим стратегическим приоритетом на его предпринимательском векторе развития.

Обобщая основные положения вышеуказанных экономических школ возможно заключить, что эффективная предпринимательская стратегия вуза должна отвечать следующим признакам:

- представлять органичный синтез науки, искусства и положительного опыта;
- быть ситуационной, т.е. максимально превращать особенности конкретной ситуации в ключевые факторы будущего успеха;
- обладать уникальностью, содержать значимые, отличные от конкурентов элементы;
- иметь гибкую адекватность, позволяющую превращать изменения внешней среды в уникальные корневые преимущества.

Как субъекты стратегического управления вузы характеризуются следующими особенностями:

представляют собой яркий пример иерархических организаций, состоящих из большого числа относительно автономных структурных подразделений, обладающих неравными возможностями с точки зрения их ресурсных и компетентностных потенциалов. Например, конкурентные преимущества структурных подразделений вуза могут быть обусловлены различными компетенциями, сформированными на стадиях генерации, трансферта или внедрения знаний, что обуславливает существенные различия в приоритетах их стратегического видения;

структурные подразделения вузов участвуют на различающихся по своим структурным и конъюнктурным характеристикам сегментах рынка образовательных услуг и рынка труда, что обуславливает расхождение их интересов, осложняет формирование стратегии вуза, как единого целого и предопределяет значимость проблемы декомпозиции стратегических целей;

конкурентное преимущество вузов существенно зависит от соотношения финансовых потоков генерируемых различными категориями заинтересованных групп (стейкхолдеров). В качестве стейкхолдеров могут служить органы государственной власти, местного самоуправления или институты гражданского общества (торгово-промышленные палаты, отраслевые ассоциации, союзы и др.) В первую очередь, это относится к формированию такой важной пропорции как формирование бюджетного и внебюджетного финансирования[2];

структурные подразделения вуза могут находиться на различных стадиях своего жизненного цикла (роста, зрелости, старения), определяющих их стратегические цели и возможности их реализации.

Формирование и реализация единой стратегии вуза может обусловить возникновение следующих проблем: недостаточную эффективность программных мер из-за их несоответствия конкретным условиям деятельности вуза; низкую приверженность персонала вуза его стратегии, приводящую к имитации её реализации; излишнюю конкуренцию за ресурсное обеспечение подразделений, вынужденно копирующих взаимное развитие.

В этой связи разработка конкурентной стратегии позволяет сформировать не только цели-задания структурным подразделениям вуза, но и сформировать цели-ориентации, основанные на учете и согласовании интересов различных групп: государства (собственника), менеджмента (владельца управленческих ресурсов, профессорско-преподавательского состава (владельца когнитивных ресурсов), а также стейкхолдеров - экономических партнеров (владельцев ресурсов влияния). Для этого стратегия должна органично встраивать стратегическое целеполагание в технологию управления вузом и ориентировать на сохранение его организационной целостности. С точки зрения источника инициатив по формированию стратегии и характера источников информации существуют два подхода: сверху вниз – по инициативе руководства (создаваемые), и снизу вверх, вследствие активности нижних уровней управления (эмпирические) [4].

Автор разделяет точку зрения на то, что процесс разработки стратегии должен идти не только сверху вниз, но и снизу вверх. Стратегия развития вуза представляет собой, во-первых, важный инструмент коммуникации, поскольку ее положения служат средством доведения до персонала университета идентичности целей и ситуации в конкурентной среде; во-вторых, она является действенным средством обеспечения координации деятельности по дальнейшей разработке программ развития структурных подразделений университета, а также его инновационных предпринимательских проектов на основе организации форума для обмена мнениями и достижения согласия в видении будущего и стратегических намерений.

Разработку стратегических целей и приоритетов вуза целесообразно осуществлять с учётом результатов анализа величины и особенностей структуры его конкурентного потенциала. Стратегия развития вуза должна базироваться на

комплексной оценке его ресурсов, компетенций и целевых параметров. Это предполагает проведение целеполагания в разрезе основных видов вузовской деятельности (научно-исследовательской, образовательной, инновационной), отражающих последовательные стадии формирования знания, а также в разрезе оценки активности, эффективности и результативности предпринимательских изменений. Кроме того, система целей стратегии должна учитывать интересы не только коллектива вуза, но и других основных участников его предпринимательского развития (государство, бизнес-сообщество, домохозяйства, научные и образовательные учреждения).

Механизм реализации стратегии конкурентного развития вуза предполагает организацию постоянного мониторинга основных видов деятельности, программ развития структурных подразделений, рассматриваемых как бизнес-процессы. Мониторинг осуществляется на основе анализа достигнутых показателей, в том числе показателей эффективности использования всех видов ресурсов. Особое значение в мониторинге приобретает контроль экономической устойчивости вуза, понимаемой как достаточность сбалансированных в каждый момент времени финансовых, кадровых, материально-технических, информационных, инновационных ресурсов для достижения поставленных стратегических задач [3].

### **Литература**

1. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2001.
2. Рябов В.Ф., Пузанков Д.В., Мамонтов А.Н. Базисные и индикативные показатели реализации стратегических приоритетов развития университета // Университетское управление: теория и практика. 2002. № 4. С.51-60.
3. Терентьева Т.В. Обоснование экономической модели устойчивости развития предпринимательского вуза // Предпринимательство 51 УЭК 3 2013.
4. Титова Н.Л. Стратегии иерархических организаций (на примере университетов) // Университетское управление: практика и анализ. 2011. №5. с. 24-30.
5. Hamel G. Competing for the Future / G. Hamel, C.K. Prahalad. HBR Press, 1996.

## **РЕНОВАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВ УРАЛА В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СПЕЦИАЛИСТА РЕМЕСЛЕННИКА**

А.В. Моисеев,  
научный руководитель А.В. Ефанов  
*Россия, г. Нижний Тагил,  
Российский государственный профессионально-педагогический университет*

Реновация профессионального ремесленного образования сегодня во многом должна определяться и обеспечиваться историческими изысканиями и теоретическим осмыслением прошлого педагогического опыта, который рассматривается нами как важнейший общественный институт культурного воспроизводства новых поколений, призванный осуществлять воспитательные функции, развивать и облагораживать личность в процессе профессионального становления. Важнейшим приоритетом здесь выступает постижение и анализ конкретно-исторических реалий. Это оправдано необходимостью восполнения утраченной преемственности, а также формированием новых самобытных ориентиров, ценностных установок и парадигм.

Ошибочным было бы полагать развитие идей и практики ремесленничества, наблюдаемое на современном этапе, явлением новым для нашей страны. Как спра-