

УДК 378:001. 895

Данилевич О. А.,*аспирант кафедри економіки підприємств УО "Полесский государственный университет"*

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ВУЗА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассматриваются теоретические и методологические аспекты инновационного развития вуза в современных условиях. Предложены принципы развития инновационной деятельности в вузе.

Ключевые слова: *высшее учебное заведение, образование, инновационная стратегия, инновационная деятельность.*

Розглядаються теоретичні та методологічні аспекти інноваційного розвитку ВНЗ в сучасних умовах. Запропоновано принципи розвитку інноваційної діяльності у ВНЗ.

Ключові слова: *вищий навчальний заклад, освіта, інноваційна стратегія, інноваційна діяльність.*

The theoretical and methodological aspects of the innovation development of the university are examined. The development principles of the innovation activity at the university are introduced.

Keywords: *institute of higher education (university), education, innovation strategy, innovation activity.*

Постановка проблемы. Актуальность исследования обусловлена усилением преобладающей роли инновационного вектора в развитии мировой экономики, где образование, прежде всего высшее, имеет исключительно важное и все возрастающее значение. Система образования создает интеллектуальный потенциал, который является основополагающим фактором в развитии экономики знаний. В связи с этим эффективность инновационных процессов, протекающих в экономике нашей страны, зависит от степени развития инновационной деятельности в образовательной сфере. Поэтому сегодня высшим учебным заведениям необходимо постоянно развивать свою научно-инновационную деятельность, осуществлять коммерциализацию научных исследований и разработок, а также осуществлять передачу инновационных технологий в реальный сектор экономики, что тем самым позволит повысить ее конкурентоспособность и эффективность.

Уже в 2004 году на международной конференции по проблемам научно-исследовательской и инновационной деятельности в университетах, проходившей под эгидой Европейской комиссии в Бельгии, было подтверждено влияние инновационной деятельности вузов на мировое экономическое развитие. На этой конференции инновационная деятельность была провозглашена как третья миссия университетов, наравне с обучением и научными исследованиями [1].

Современное высшее учебное заведение по своей природе представляет собой открытую сложную социально-экономическую систему, основными подсистемами которой являются управленческая, организационная, финансово-экономическая, правовая, педагогическая и социальная, находящиеся в определенной зависимости и взаимодействии между собой. Следовательно, важнейшим постулатом в управлении инновациями должен быть принцип системности. В связи с этим в нашем дальнейшем исследовании будем основываться на том, что система управления инновационной деятельностью вуза является частью системы управления вузом.

Так, для того чтобы современный вуз можно было назвать инновационным, ему необходимо трансформироваться из традиционного научно-образовательного центра в особый вузовский комплекс – учебно-научно-инновационный комплекс (УНИК), который осуществляет развитие научно-инновационной деятельности, формирует инфраструктуру для ее поддержания, устанавливает тесную взаимосвязь между учебным, научным и инновационными процессами. Однако невозможно рассматривать вопросы инновационного развития любого вуза без обсуждения вопросов разработки и реализации инновационной стратегии, которая является одной из основных задач этапа стратегического процесса инновационного управления вузом.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ имеющихся в научной литературе подходов к определению термина “инновационная стратегия” (Б. Санто [2, с. 195-196], К. П. Янковский, И. Ф. Мухарь [3, с. 38], А. Г. Мустаца [4, с. 12], Н. Н. Пасмурцева [5, с. 9] и др.) позволил выявить ряд существенных недостатков, которые проявляются в отсутствии системного подхода у большинства авторов при формулировке данного термина, а также зачастую в научном обороте при определении рассматриваемого термина не указываются такие базовые понятия как инновация, нововведение, научно-техническое достижение, которые являются основой при его формулировании.

Цель и задания исследования. Таким образом, учитывая значительный вклад рассмотренных выше исследователей в вопросах определения сущности и содержания инновационной стратегии, целью статьи есть уточнение существующих подходов к интерпретации данного понятия и предложение авторского понимания термина “инновационная стратегия” с учетом специфики деятельности высшей школы, в том числе ввиду выявленных

нами недостатков в трактовке инновационной стратегии (отсутствие системного подхода и пр.).

Изложение основного материала. Следовательно, под "инновационной стратегией" будем понимать систему, определяющую приоритетные направления деятельности, перспективные цели развития организации и способы их достижения, основными элементами которой являются внедрение инноваций и осуществление инновационной деятельности, позволяющие достичь конкурентных преимуществ и закрепить организации свои позиции на рынке.

Инновационная стратегия вуза представляет собой спроецированный механизм инновационного развития вуза как системы, определяющий приоритетные направления деятельности организации, четко установленные перспективные цели развития, а также способы и методы достижения организационных трансформаций с учетом имеющего внутреннего потенциала организации и условий изменяющейся внешней среды. Избранная вузом инновационная стратегия задает экономическую модель его инновационного развития.

"Инновационная деятельность – комплекс работ от начала прикладных и ориентированных фундаментальных научных исследований до внедрения новшества у потребителя" [6, с. 17].

В современных условиях развития общества рыночные механизмы все более активно проникают во все сферы жизнедеятельности, занимая свое лидирующее место не только в экономике, но и в науке, образовании, культуре. Система образования представляет собой особую сферу экономики, в которой, с одной стороны, происходит процесс воспроизводства уже накопленных, ранее добытых, знаний через образовательный процесс, а с другой – подготовка квалифицированных специалистов для экономики – от нее зависит будущее общества в целом, его жизнедеятельность.

Инновационное развитие современного вуза представляет собой объективный обусловленный временем процесс целенаправленного перехода вуза из одного состояния в другое, обеспечивающее его оптимальное и устойчивое развитие. Данный процесс главным образом вносит качественно новые элементы, свойства и характеристики в деятельность системы высшей школы. В противном случае у вуза нет будущего.

Таким образом, стратегия инновационного развития вуза устанавливает, что требуется изменить и каким образом это необходимо сделать, тем самым проектируя механизм его инновационного развития как системы. Разрабатывая инновационную стратегию, вузы делают существенный акцент на потребительский спрос, исследуют имеющихся конкурентов, тщательно изучают надежность будущих контрагентов и перспективы сотрудничества с новыми коммерческими структурами. И на основании результатов проведенного анализа внутренней и внешней среды вуза, например, используя универсальную технологию анализа слабых и сильных

сторон деятельности организации (SWOT-анализ), а также после проведения самореклинга [7, с. 302] вуза, позволяющего выявить степень готовности вуза к реализации стратегических планов и имеющиеся пробелы в инструментарии планирования и управления, разрабатываются долгосрочные цели в формировании инновационной стратегии. То есть, разрабатывая инновационную стратегию, вуз осуществляет следующие этапы: изначально формулируется миссия вуза; далее разрабатывается стратегическая концепция развития; обозначаются перспективные цели; выявляются и описываются стратегические задачи; осуществляется маркетинговый менеджмент, как элемент системы управления УНИКОм.

В настоящее время вуз выполняет разные роли: удовлетворяя потребности общества как центра образования, культуры и науки он выступает в качестве субъекта общества; осуществляя подготовку и переподготовку кадров, выполняя научные исследования, он выступает в качестве субъекта государства; выступая товаропроизводителем интеллектуального продукта и образовательных услуг, реализуя свою продукцию на рынке – является субъектом рыночной экономики. Вуз, являясь некоммерческой организацией, занимается в этом случае предпринимательской деятельностью, заботится о своих доходах, потому что это служит достижению целей вуза и отвечает этим целям [8, с. 56].

Сложившаяся объективная реальность, конкуренция на рынке образовательных услуг, вынуждает высшие образовательные учреждения подчиниться требованиям рынка, так как вне рыночных отношений они уже не могут существовать, тем более что законодательно им определено право осуществлять предпринимательскую деятельность [9, с. 35]. Так, исходя из проведенного исследования [10, с. 15-16], установлено, что при наборе абитуриентов, в том числе и с позиции выбора уникальной специальности, и в отношении профессорско-преподавательского состава конкуренция присутствует как в столичных, так и в региональных вузах. И несомнен тот факт, что вуз может достичь успеха и быть конкурентоспособным на рынке образовательных услуг лишь в том случае, когда он будет предоставлять потребителю более качественное высшее образование, тем самым повышая престиж своего учреждения.

Так, некоторые авторы [11, с. 14] рассматривают вуз как субъект рыночных отношений лишь на двух рынках: рынке образовательных услуг и рынке труда. Однако, на наш взгляд, этого не достаточно, так как вуз может выступать и в качестве участника рынка наукоемких технологий, разработок и услуг, производя и реализуя (коммерциализируя) свою научную продукцию. Следовательно, можно выделить три основных направления деятельности вуза и три рынка, где он выступает в качестве субъекта рыночных отношений:

Рынок образовательных услуг, где высшее учебное заведение предоставляет образовательные услуги – обучение, а также интеллектуальный

товар – знания, однажды произведенный и многократно продаваемый. Особенностью данного вида услуг является то, что они не могут накапливаться и перераспределяться, поскольку их производство и передача осуществляется при непосредственном контакте с потребителем. Главная особенность основного продукта вуза – знаний – состоит в том, что он может существовать лишь вместе с его носителем. В этом случае потребителю передаются права на пользование знанием, так как данный товар не может быть отдан.

Рынок труда, где вуз является товаропроизводителем, то есть выпускает "товар" (специалистов) на рынок квалифицированной рабочей силы. В этом случае вуз обеспечивает свое существование и развитие за счет выручки от реализации товара (преподавательских услуг).

Рынок наукоемких технологий, разработок и услуг, где вуз одновременно может выступать как в качестве товаропроизводителя наукоемкой продукции, получая доход, так и в качестве потребителя. Вуз как субъект рынка научной продукции имеет весьма существенную возможность дополнительного источника своих доходов, осуществляя и развивая свою научно-инновационную деятельность. Либо совершенствовать свои традиционные, альтернативные этой, виды деятельности, ограничиваться которыми, на наш взгляд, не достаточно для обеспечения своего устойчивого существования в динамично изменяющейся внешней среде.

Таким образом, обеспечить стабильное эффективное функционирование в современных условиях, повысить качество выпускаемой продукции и сохранить позиции на рынке вуз может лишь в том случае, если будет в своей деятельности постоянно держать неуклонный вектор на развитие своей системы, которое немыслимо без внедрения (применения) элементов нового, нововведений во всех направлениях его деятельности.

Значимой особенностью вуза, с точки зрения управления инновационным процессом, является то, что вуз может выступать не только в качестве субъекта (как участник инновационного процесса на национальном уровне, повышая инновационную активность экономики), но и в качестве объекта, когда возникает необходимость управления инновационным процессом в рамках самого вуза, использования его внутреннего инновационного потенциала, чтобы повысить экономическую эффективность и качество своей деятельности.

Осуществляя инновационную деятельность, вузы сталкиваются с рядом проблем, в частности касающихся недостаточно развитой финансовой и материально-технической базой для осуществления инновационной деятельности [12, с. 156; 13, с. 63]. Согласно проведенным исследованиям с целью определения факторов, препятствующих осуществлению инновационной деятельности в белорусских вузах, были выявлены следующие [14, 83-84], которые в общем виде можно охарактеризовать как слабую мотивацию и недостаточное материальное стимулирование к осуществ-

влению инновационной деятельности, а также отсутствие необходимых условий для проведения научно-исследовательской деятельности и неготовность руководителей и специалистов к инновационным процессам. Перечисленные проблемы, на наш взгляд, будут актуальны до тех пор, пока не будет разработан на законодательном уровне пакет нормативно-правовых документов, позволяющий урегулировать (разрешить) существующие проблемы и создать механизм экономического стимулирования субъектов инновационной деятельности, в частности вуза, его подразделений и сотрудников. Финансовая обеспеченность вуза в свою очередь позволит повысить его инновационную активность, а следовательно, и его конкурентоспособность на рынке, что положительно скажется и на всей системе образования в целом.

Эффективное функционирование системы высшего образования, как известно, зависит от эффективной работы высших учебных заведений. По сути, вуз является фирмой, которая аккумулирует все интеллектуальные, материальные, физические ресурсы, а затем модифицирует их в конечный продукт, такой как знания и навыки, приобретенные выпускниками вуза. Если ранее вузам достаточно было в осуществлении своей деятельности акцентировать внимание в основном лишь на рациональном использовании своего внутреннего потенциала, то на сегодняшний день возникла необходимость перехода вуза из стадии функционирования в стадию развития.

На сегодняшний день высшие учебные заведения как равноправные субъекты рыночной экономики могут самостоятельно определять направления своего развития, цели и способы их достижения. Все больше повышаются требования общества к качеству образования, значительно обновляются технологии обучения, быстрыми темпами изменяются организационные и экономические условия деятельности вузов, усиливается конкуренция на рынке образовательных услуг, государство постоянно меняет свою позицию по отношению к высшей школе. Появились различные группы заказчиков и потребителей образовательных услуг со своими требованиями, финансовыми возможностями и предпочтениями. Возникли и успешно функционируют негосударственные вузы, в связи с чем возникает конкуренция по ряду конъюнктурных специальностей. Повышение самостоятельности и свободы деятельности вузов привело к увеличению ответственности вузов за эффективное осуществление своих бизнес-процессов. Устремленность многих вузов на выживание требует серьезных изменений в процессах управления вузом, так как в современных условиях рынка традиционные способы управления в ряде случаев оказались несостоятельными, поскольку они направлены лишь на поддержание, сохранение сложившейся ситуации, а не на развитие, генерацию новых знаний и идей вузом, что предполагают инновационные процессы в управлении.

В связи с тем, что основной целью работы вуза является подготовка специалистов (выполнение социального заказа), то получение доходов от

внебюджетных операций и формирование прибыли является скорее единственной дополнительной возможностью, позволяющей вузу обеспечить нормальную реализацию своих первоочередных задач в рыночных условиях.

Выводы. Резюмируя вышеизложенный материал, можно выделить следующие принципы развития инновационной деятельности в вузе:

– вовлечение большого количества сотрудников, преподавателей, аспирантов, студентов в инновационный процесс;

– обеспечение целостности учебного, научного, инновационного и воспитательного процессов в вузе;

– постоянные взаимосвязи и сотрудничество вуза с экономикой, наукой и социальной сферой региона и страны в целом;

– наличие в вузе системы управления инновациями (инновационной инфраструктуры), в том числе управление коммерциализацией научной и инновационной продукции (сбыт, трансфер) как элемента общей системы управления вузом и дополнительного источника внебюджетных средств вуза;

– интеграция вузов с промышленностью, учреждениями науки и образования для обеспечения стратегического и инновационного развития экономики региона и страны в целом.

Можно сказать, что в условиях современной рыночной экономики вузы, осуществляя инновационную деятельность, не только повышают эффективность своей деятельности, но и тем самым становятся активными участниками в становлении и развитии национальной инновационной системы, и прежде всего, оказывают содействие в формировании инновационного пути развития отечественной экономики. В данном случае считаем допустимым, утверждать, что учреждение высшего образования является инновационно-ориентированным элементом национальной инновационной системы, создающим принципиально новый ресурс, такой как инновационные знания, достижения и технологии будущего.

Литература:

1. Инновационные образовательные технологии и их внедрение в вузе / Е. М. Коваленко // [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа : <http://www.universitys.ru/j/images/stories/nir/10/kovalenko.pdf/>. – Дата доступа : 06.04.2011 г.

2. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: Пер. с венг. / Общ. ред. и вступ. Б. В. Сазонова. – М. : Прогресс, 1990. – 296 с.

3. Янковский К. П. Организация инвестиционной и инновационной деятельности / К. П. Янковский, И. Ф. Мухарь. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.

4. Мустьяца А. Г. Механизм формирования и реализации инновационных стратегий промышленных предприятий: мировой опыт и российская практика : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / А. Г. Мустьяца; Дипломатич. академ. Мин-ва иностр. дел РФ. – Москва, 2009. – 25 с.

5. Пасмурцева Н. Н. Формирование и реализация инновационной стра-

тегии развития предприятия (на примере металлургического производства и производства готовых металлических изделий Свердловской области) : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08. 00. 05 / Н. Н. Пасмурцева; Уральск. госуд. экон. ун-т. – Екатеринбург, 2008. – 29 с.

6. Румянцев А. А. Коммерциализация научной разработки / А. А. Румянцев. – Институт проблем региональной экономики РАН. – СПб. : Наука, 2008. – 112 с.

7. Кельчевская Н. Р. Формирование инновационной стратегии развития образовательных учреждений в системе “вуз-предприятие”: дис... д-ра экон. наук: 08. 00. 05/ Н. Р. Кельчевская. – Екатеринбург, 2004. – 336 с.

8. Ерошин В. И. Современная экономическая ситуация в образовании / В. И. Ерошин // Педагогика. – 1996. – №5. – С. 55-59.

9. Закон Республики Беларусь “О высшем образовании”: Указ Президента Респ. Беларусь, от 11 июля 2007 г., № 252-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО “ЮрСпектр”, Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2006.

10. Величкович К. В. Практический маркетинг вузов Республики Беларусь: сравнительный анализ / К. В. Величкович // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2008. – № 5. – С. 15-21.

11. Гедранович Б. А. Образовательная деятельность высшего учебного заведения: инновационные методы управления: дис... канд. экон. наук: 08. 00. 05/ Б. А. Гедранович. – Минск, 2006. – 130 с.

12. Марков А. В. Государственная инновационная политика: теоретические основы и механизм реализации / А. В. Марков. – Минск : Право и экономика, 2005. – 370 с.

13. Максисянова Т. В. Особенности реализации открытых инновационных технологий в системе высшего профессионального образования / Т. В. Максисянова // Инновации. – 2010. – № 07 (141). – С. 63-66.

14. Байнев В. Ф. Инновационный менеджмент вуза как фактор обеспечения его конкурентоспособности / В. Ф. Байнев, И. В. Ольховик // Белорусский экономический журнал. – 2007. – № 4. – С. 81-91.