

Барыбин Алексей Валентинович

канд. пед. наук, доцент,
katerina.roginko@gmail.com

Рогинко Екатерина Владимировна

канд. пед. наук, katerina.roginko@gmail.com

Егорьевский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО МГТУ «СТАНКИН»

Вуз на волне перемен

**о мерах повышения конкурентоспособности
современного вуза в условиях изменяющегося рынка
образовательных услуг**

Аннотация

В статье рассматриваются существующие проблемы вузов в условиях экономического кризиса. Представлены основные принципы разработки стратегии развития современного успешного вуза. Предлагаются маркетинговые шаги для осуществления модернизации и оптимизации деятельности вуза и вывода его на новый конкурентный уровень.

Ключевые слова: образование, рынок образовательных услуг, конкурентоспособность вуза

Высшее образование в России переживает не самый легкий период. С одной стороны введение новых стандартов, переход на двухуровневую систему высшего образования: бакалавриат, магистратура, стремление российских вузов попасть в международное образовательное пространство и вернуть былые позиции российского высшего образования. С другой стороны существующие проблемы: коммерциализация высшего образования, недостаточное количество выпускников школ в связи с демографической ситуацией, увеличение количества образовательных учебных организаций предоставляю-

щих образовательные услуги по конкурентным ценам и любым удобным способом (в том числе дистанционно), увеличение аудиторной нагрузки преподавателей, что в свою очередь ведет к сокращению времени на научно-исследовательскую и методическую работу, на саморазвитие и самообразование, устаревшая материально-техническая база многих государственных вузов.

Все это ведет к снижению качества образования, а соответственно к снижению конкурентоспособности российских вузов. В результате работодателя не устраивает качество подготовки молодых специалистов, и он

высшее образование в России переживает не самый легкий период

вынужден «доучивать» или переучивать выпускников за счет своих средств.

Что же необходимо, чтобы вывести большую часть российских вузов на новый уровень. Является очевидным, что возможность дать фундаментальное качественное и конкурентное образование своим выпускникам есть лишь у примерно десяти лучших российских вузов, хотя и они сдают свои позиции. Что остается делать тем вузам, которые на данный момент не входят в это число и пребывают в состоянии перманентного кризиса? Как объединить существенные, фундаментальные знания и прагматичные знания и умения, позволяющие студенту ориентироваться в быстро изменяющемся мире.

Вуз это сложная система взаимоотношений между государственными организациями, требованиями работодателей к выпускникам и внутренними ресурсами вуза, направленная на обеспечение нужд и тех и других. Ситуации в государственных вузах гораздо более драматичная, чем в коммерческих, т.к. коммерческие вузы более мобильны и имеют меньше ограничений в правах распоряжаться финансами.

Принципы при разработке стратегии развития современного успешного вуза

Какими принципами следует руководствоваться при разработке стратегии развития современного успешного вуза.

Принцип 1. Ориентация вуза на потребителя. Вуз непременно должен быть

более гибким и соответствовать потребностям студентов и работодателей. Основная потребность выпускника – быть востребованными на рынке труда, что является возможным при получении им качественной подготовки. Предприятиям, в свою очередь, требуются молодые специалисты, способные решать задачи в довольно узкой сфере их производственной деятельности. Совпадение ожиданий работодателя и уровня подготовки выпускника в конкретной области знаний способствует созданию положительного имиджа вуза и его продвижению на рынке образовательных услуг. И тогда вуз получает новых студентов вместе с денежными средствами (бюджетными или внебюджетными), что позволяет ему развиваться, расширять и улучшать существующую материально-техническую базу, модернизировать лабораторное оборудование и обеспечивать достойные условия труда для преподавателей.

Принцип 2. Принцип сильного лидера. Организовать эффективную деятельность коллектива, направленную на достижение определенных целей, сплотить команду, создать творческую атмосферу может только грамотный, сильный, жесткий лидер. С.И. Плаксий пишет: «Успех – это результат деятельности эффективных сотрудников, возглавляемых лидером».

Принцип 3. Принцип кооперации руководства и коллектива. Развитие вуза будет происходить гораздо быстрее и качественнее, если каждый член коллектива будет ощущать свою ответственность за общее дело. Использование способностей, опыта, интеллекта сотрудников, поощрение инициативы принесет свои плоды в дело развития организации, повышения эффективности вуза и его привле-

кательности для потребителей образовательных услуг.

Принцип 4. Принцип уникальности. Вузу необходимо иметь свое уникальное конкурентное преимущество. Это могут быть образовательные программы, ценообразование, лучшие условия работы и учебы, устойчивое высокое качество образовательных услуг.

Принцип 5. Принцип постоянного развития. Непрерывное улучшение качества образовательных услуг, расширение их спектра, удовлетворение не только существующих потребностей студентов и работодателей, но и опережение их ожиданий и будущих интересов.

Принцип 6. Принцип системного контроля. Необходимо разработать эффективную систему контроля деятельности всех составляющих высшего учебного заведения, причем действовать она должна реально, а не «для галочки», чтобы действительно отражать существующую ситуацию в вузе и дать возможность исправить слабые места. В случае если внутренняя система контроля не эффективна, стоит рассмотреть возможность привлечения внешнего независимого аудита и экспертизы.

Принцип 7. Принцип управления, основанного на использовании актуальной фактической информации. Решения о реформаторских и корректирующих действиях в отношении развития вуза могут приниматься только на основе данных, полученных в результате мониторинга и контроля деятельности вуза, а также с учетом данных маркетинговых и других надежных официальных исследований.

Что же происходит сейчас, что мешает большинству российских вузов чувствовать себя уверенно в российском образовательном пространстве?

Дело в том, что многие из них просто не хотят меняться и развиваться.

Руководство многих вузов до сих пор, по прошествии 20 лет после «перестройки» не может понять, что как раньше, уже не будет и надо меняться. Причем делать это надо незамедлительно, в соответствии с темпами развития современного общества. Ниже представлены необходимые шаги, которые требуется предпринять вузу, чтобы выйти на качественно новый уровень развития, отвечающий требованиям современного российского общества:

Шаги, необходимые для выхода на новый уровень развития

Шаг 1. Анализ рынка труда и вакансий региона

Необходимо знать, какие образовательные услуги предоставляют подобные вузы региона и в каком объеме, рейтинг вуза, количество поступающих, динамика развития, преподавательский состав, рейтинг выпускников, стоимость обучения и др., чтобы разработать собственную стратегию развития.

Шаг 2. Прогноз появления новых вакансий на ближайшие 5–10 лет

Плотное сотрудничество с предприятиями региона позволяет выяснить существующие потребности предприятий и отрасли в целом, а также планы их не только качественного, но и количественного развития. Наличие такого прогноза для каждого отдельного региона способствует осознанию возникновения возможных потребностей в обществе и разработке плана действий по схеме «предложение рождает спрос».

Шаг 3. Создание и развитие новых направлений подготовки в полном соответствии с анализом рынка труда и прогнозами появления новых вакансий. В своей книге И.М. Ильинский справедливо утверждает, что состав-

ными компонентами новой парадигмы образования должны стать идеи об опережающем его характере, предполагающим такой уровень творческого владения фундаментальными и актуальными знаниями, который позволил бы человеку не только успевать за лавинообразными изменениями, но и опережать, формируя как новое производство, технику и технологии, так и новые способы освоения знаний. Как пишет И.М. Ильинский, образование «должно носить упреждающий, опережающий характер, способствовать конструированию и строительству новой реальности». Только в этом случае оно обеспечит опережающее развитие качеств человека, его интеллекта. Автор настаивает на необходимости «сознательно-опережающего» развития образования как основы развития общества. Ведь именно образование по самой своей сути призвано работать на будущее, закладывая основу предстоящих изменений в обществе, предопределяя, в конечном счете, «человеческую составляющую» характера и темпов его развития. Опережающий характер образования означает, что оно не только успешно адаптируется к внешней

возможность дать
фундаментальное
качественное
и конкурентное
образование своим
выпускникам есть лишь
у примерно десяти лучших
российских вузов

среде, соответствует потребностям личности, общества, производства, но и само активно влияет на состояние личности и общества, предопределяет и формирует их потребности, исходя из научного предвидения, прогнозирования ближайших и отдаленных перспектив цивилизационного развития, а не только запросов производства. Мотивация получения более высокого уровня образования всегда связана со стремлением личности в будущем найти лучшее (работу, заработок, личную судьбу и т. д.). Сейчас время перемен и нельзя останавливаться на достигнутом, в то время как конкурентные вузы со смежными направлениями подготовки открывают новые возможности для абитуриентов. Настало время предугадывать потребности, а не идти по давно истоптанному пути.

Шаг 4. Создание и развитие эффективной системы стимулирования и контроля труда профессорско-преподавательского состава

Эта система должна быть максимально прозрачной, учитывать интересы вуза, то есть выполнение его лицензионных и аккредитационных требований, и интересы преподавателей, которые должны видеть цель, чувствовать себя сплоченным коллективом и реализовывать общую идею развития вуза. По мнению Плаксия С.И. «Ученого нельзя заставить, принудить хорошо исследовать, а преподавателя – качественно учить и воспитывать. Но можно создавать соответствующие условия и стимулы, убеждать и направлять». Преподаватели, в большинстве своем люди креативные и деятельные, следовательно, чем четче будет цель и полное понимание того, что будет при достижении цели или ее провале, тем более упорядоченной и подробной будет система стимулирования и контроля, чем лучше будет

баланс между результатами деятельности и материальной и моральной выгодой, тем более плодотворным и прибыльным для вуза будет деятельность его профессорско-преподавательского состава. А. Маслоу говорит о «просвещенном менеджменте», который призван обеспечить синергизм организации, когда каждый ее участник, «преследуя собственные цели, способствует достижению целей других членов сообщества» и появляется «нечто единое, цельное, слитное, некое новое образование более высокого порядка». Фраза «Кадры решают все» не утратила своей актуальности и по сей день, и при наличии возможностей творческой и материальной реализации в собственном вузе профессорско-преподавательскому составу не придется тратить массу сил и энергии на поиски достойного заработка на стороне, а полностью сосредоточиться на достижении целей развития вуза.

Шаг 5. Организация и проведение мероприятий по привлечению студентов

Профориентационная деятельность вуза должна проводиться регулярно, начиная с девятиклассников. Организация мероприятий для старших школьников (олимпиад, спортивных соревнований, интеллектуальных марафонов, научно-практических конференций, КВНов и др.) с участием студентов вуза способствует привлечению абитуриентов. Взаимовыгодное сотрудничество вуза со школами и средне-специальными учебными заведениями плодотворно влияет на узнаваемость вуза и повышение количества желающих учиться в данном высшем учебном заведении.

Шаг 6. Создание системы содействия трудоустройству и адаптации к рынку труда студентов и выпускников

Развитие договорных отношений с

предприятиями региона по созданию условий прохождения производственной практики и дальнейшего трудоустройства. Целевой заказ предприятий на обучение специалистов для конкретных предприятий региона. При создании данной системы выпускники получают гарантированное трудоустройство, а предприятие, в свою очередь, обеспечивает созданию имиджа востребованного, надежного вуза.

Шаг 7. Вынесение маркетинговых мероприятий направленных на привлечение студентов и финансовых средств в вуз в ранг стратегически важных

Выделение штатных единиц по ведению маркетинговой деятельности или аутсорсинг является необходимой мерой по выводу вуза из кризиса. Каждый отдельно взятый вуз решает, что является более удобным и выгодным. С одной стороны, штатный сотрудник более тесно сотрудничает с преподавателями и студентами и лучше ориентируется в ситуации, с другой, внешний специалист менее предвзято относится к данному вузу, имеет свежий взгляд на проблему и является более компетентным в ее решении, так как имеет более богатый и разнообразный опыт в решении подобных задач. Главное, что задачи специалиста по маркетингу в вузе стратегически важные и ответственность за их выполнение должна лежать на определенном человеке и/или отделе, а не распределяться между проректорами, заместителями и преподавателями, как это зачастую происходит во многих вузах, совершающих вялые попытки выхода из сложившейся ситуации.

Вывод

«Будем развиваться – будем жить. Не будем развиваться – нас ждет гибель.

Это всеобщий закон энтропии, в соответствии с которым все, что не наполняется новой энергией, не укрепляется, а необратимо ослабевает, разрушается и, в конце концов, погибает» пишет С.И. Плаксий.

Главная задача вуза в современных условиях перейти к качественно новому состоянию вуза – конкурентоспособному, новаторскому, действующему с опережением. Только конкурентоспособные вузы, которые создают новые виды деятельности и услуг, внедряют инновации и модернизируют научно-техническую базу, смогут выжить и развиваться в современном образовательном и экономическом пространстве. Жизнеспособность вуза напрямую зависит от его готовности к реформам и изменяющимся условиям рынка. Вузы, которые отвечают требованиям

современного рынка образовательных услуг, могут предоставить обществу компетентных специалистов, способных адаптироваться к быстрым темпам развития техники, технологии и экономики будут необходимыми и востребованными в современной России.

Литература

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. – М., 2004.
2. Ильинский И. М. Путь к успеху. – М., 2004.
3. Маслоу А. Маслоу о менеджменте. – М., 2003.
4. Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. ГОСТ ISO 9000-2011. – М., 2012
5. Плаксий С.И. Стратегия успешного вуза. – М., 2006.

КЭ

Aleksey V. Barybin

Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Egoryevsk Technological Institute (Branch) MSTU STANKIN

Ekaterina V. Roginko

Candidate of Pedagogic Sciences, Egoryevsk Technological Institute (Branch) MSTU «STANKIN»

On measures of modern HEI competitiveness improvement in the conditions of changing market of educational services

Abstract

The article discusses existing problems of universities in the conditions of economic crisis. The basic principles of development of growth strategy of a successful modern university are represented. Proposed marketing efforts to the modernization and optimization of the university and its move to a new competitive level are proposed.

Keywords: education, market of educational services, competitiveness of university