

Секция «Социология»

Анализ "екларируемых" стратегий вузов (на примере вузов Нижнего Новгорода).

*Сухенко Наталья Владимировна*  
*Аспирант*

*Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского,  
факультет социальных наук, Нижний Новгород, Россия*  
*E-mail: suhenko-n@yandex.ru*

Важность стратегического планирования для вузов определяется следующими процессами:

1. Рост конкуренции за ограниченные ресурсы: абитуриенты; профессорско-преподавательский состав; финансы.

2. Возникновение проблемы управляемости, обусловленной чаще всего неконтролируемым ростом вузов: как по численности контингента, так и лицензируемым специальностям.

3. Увеличение внутренних проблем вуза: соотношение фундаментального и прикладного, определение модели вуза в рыночных условиях, выявление миссии и предназначения университетов.

В систему высшего образования Нижнего Новгорода входят вузы различных типов, среди которых: 15 государственных (один из которых имеет статус научно-исследовательского), 22 филиала столичных учреждений (с большим количеством разнообразных специальностей и направлений). Автором проводилось исследование web-сайтов ВУЗов Нижнего Новгорода, которое направлено на определение особенностей стратегических ориентиров учебных заведений.

Под стратегическими ориентирами мы понимаем интегрированную модель действий, предназначенных для достижения целей вуза. Это долгосрочное направление развития вуза, касающееся сферы, средств и формы его деятельности, а также позиций учебного заведения в окружающей среде. При разработке стратегии необходимо определить: в каком направлении вуз будет развиваться; какие будут использоваться образовательные технологии; кто будет потребителем образовательных и научно-технических разработок; какое положение в регионе и образовательном пространстве должно занять образовательное учреждение в долгосрочной перспективе.

Информация о стратегических ориентирах на web-сайтах декларируется лишь тремя вузами: НГТУ им. Р. Е. Алексеева (Технический университет), ННГУ им. Н. И. Лобачевского (в разделе статьи) и НФ ВШЭ (в разделе статьи). Интересным является тот факт, что в НИМБе (Институт менеджмента и бизнеса) предлагаются услуги по разработке стратегий, но собственная стратегия не заявлена.

Касательно предъявленных стратегий можно сказать следующее: ни на одном сайте нет информации о типе разработанной стратегии. Все университеты декларируют стратегию, направленную на инновационное развитие. Нет чёткого понимания, что должна включать в себя стратегия. Например, на сайте ННГУ заявлена следующая структура: основные определения, предпосылки, цель стратегии, задача, сроки реализации, ожидаемые результаты, индикаторы выполнения. На сайте НГТУ стратегия представлена иначе в виде перечисления направлений развития, начиная от совершенствования

системы управления вузом до углубления долгосрочных связей со стратегическими партнерами. Что касается НФ ВШЭ (рассматривался сайт нижегородского филиала ВШЭ) – на сайте размещена статья, описывающая семинар, посвящённый обсуждению стратегии ВШЭ до 2020 года, в которой рассмотрена краткая структура мероприятия: вступительное слово ректора, общие направления стратегии развития государственного университета, представление программ развития региональных подразделений.

Далее обратим внимание на декларируемые миссии. Под миссией мы подразумеваем философию и предназначение, смысл существования вуза, в котором проявляется его отличие от конкурентов; сформулированное утверждение относительно того, для чего и по какой причине существует вуз; маркетинговое послание во внешнюю среду. Традиционно формулировка миссии должна содержать: определение задач вуза по развитию его основных услуг (или продукции), рынков и технологий; регламентацию взаимоотношений вуза с внешней средой (контактными аудиториями); установление ценностей вуза. Желательно, чтобы миссия состояла из одного-двух предложений.

Информация о миссии была представлена на web-сайтах шести вузов (ННГУ им Н. И. Лобачевского, НГТУ им. Р.Е. Алексеева, Современная Гуманитарная Академия, Сочинский государственный университет туризма и курортного дела, Институт Деловой карьеры, НГПУ (Педагогический университет)). В результате анализа были выявлены следующие проблемы. Университеты формулируют свою миссию очень схоже. Практически повсеместно присутствуют такие словосочетания как «подготовка высококвалифицированных кадров», «развитие фундаментальной и прикладной науки», «разработка новых знаний и технологий», «приоритетность фундаментального образования», «высокое качество образовательного, научного и обеспечивающих процессов», «разработка новых знаний и технологий», «создание системы многоуровневого непрерывного образования», «учет региональных особенностей», «активизация международного сотрудничества», «интеграция в мировое образовательное, научное и информационное сообщество». Следовательно, при выборе направления стратегического развития у вузов в значительной степени отсутствует индивидуальный характер.

Более того, у большинства университетов видно желание перечислить все имеющиеся или потенциальные возможности. У некоторых вузов перечислены направления развития, которые трудно реализовать одновременно. Например, это усиление фундаментальности проводимых научных исследований, и приоритетное развитие прикладных исследований. Кроме того, вместо точного выбора целевой аудитории, своего рынка в плане территориальной принадлежности, а также ограниченного перечня образовательных программ, имеющих высокую эффективность, многие вузы приводят максимально широкий список такого рода возможностей.

Отсутствие чёткого понимания стратегии и миссии дополняется присутствием в единичном экземпляре описания видения (НГТУ им. Р. Е. Алексеева), политики в области качества образования (Сочинский государственный университет туризма и курортного дела) и кредо образовательного учреждения (Современная Гуманитарная Академия).

Подводя итоги необходимо отметить следующее:

1. Опыт стратегического планирования в нижегородских университетах находится в стадии накопления, обобщения, анализа и осмысления. В силу этого обстоятельства внедрение стратегического менеджмента в практику деятельности нижегородских вузов можно охарактеризовать следующим образом: отсутствием общепризнанных стан-

дартов и технологий стратегического планирования для вузов; недостаточностью информационных массивов по данной проблематике университетского управления.

2. Доступность информации о стратегических ориентирах вуза на web-сайтах нижегородских вузов можно оценить как чрезвычайно низкую. Наиболее распространёнными недостатками опубликованных стратегий, с нашей точки зрения, являются следующие: терминологическая путаница; отсутствие единой структуры; общие формулировки.

3. Важнейшими недостатками опубликованных миссий вузов являются: отсутствие индивидуальности; необоснованное использование всех теоретически имеющихся возможностей развития без анализа их относительной эффективности и наличия определенных противоречий между ними; декларативный характер разработанной миссии без анализа способов реализации базовых принципов.

### **Литература**

1. Титова Н. Л. Путь успеха и неудач: стратегическое развитие российских вузов. М., 2008.