

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

В сучасних умовах більшість вітчизняних закладів вищої освіти лише набирають необхідний досвід стратегічного менеджменту, оскільки, як правило, демонструють лише окремі елементи стратегічного бачення, не мають ретельно відпрацьованих цілісних стратегічних концепцій, що засновані на заздалегідь спланованому комплексному аналізі зовнішнього та внутрішнього середовища та прийнятті ключових положень своєї місії. У зв'язку з чим можна визначити наступні стратегічні пріоритети, на які зорієнтована діяльність вітчизняних університетів:

1) орієнтир - максимально можлива якість, за якого освітній менеджмент (при наявності достатньо вузької спеціалізації та працездатного стану матеріально-технічної та кадрової бази) особливо не прагне до оперативної максимізації бюджету, робить ставку на стабілізацію масштабів профільної діяльності та прийняття фінансове благополуччя в осяжному майбутньому, а також на створення унікальних конкурентних переваг;

2) орієнтир - фінансове благополуччя, при якому діяльність ЗВО направлена на максимізацію фінансових результатів, у тому числі за рахунок отримання фінансових коштів від інших сторін (від держави, інвестиційних фондів тощо), а також надходження додаткових ринково орієнтованих напрямів основної та допоміжної діяльності;

3) орієнтир - диверсифікація, при якому освітній менеджмент не бачить особливих ринкових перспектив розвитку профільної діяльності ЗВО, в силу чого на першому плані виконуються завдання відкриття резервів використання наявних ресурсів у таких напрямках, які можуть приносити додатковий прибуток, однак далеко не завжди спроможні досягти реальних конкурентних переваг;

4) орієнтир - глобалізація, при якому ставка робиться на розвиток іноземних освітніх та науково-технічних зв'язків ЗВО. Проте, такий стратегічний напрямок можливий при наявності високого міжнародного іміджу університету та володіння унікальними конкурентними перевагами (наявність унікальних освітніх програм, комерційних ефективних проєктів, висококваліфікованих кадрів);

5) орієнтир - комбінована стратегія, завданням якої є досягнення високих стандартів діяльності ЗВО за певними напрямками, кожне з яких здатне досягти високого ринкового результату та створити додаткові «технологічні» умови для його отримання.

Формування системи управління інноваційним розвитком підприємницького університету має базуватися на розробці інноваційної стратегії, що представляє собою сукупність заходів в середньостроковій й довгостроковій перспективі з розробки та впровадження інновацій, що створюються у ЗВО.

Основними цілями розробки інноваційної стратегії є послідовне досягнення намічених цілей інноваційного розвитку діяльності ЗВО шляхом орієнтації на модернізацію технологій, але заздалегідь визначеними напрямами. У зв'язку з цим, можна визначити об'єктивні та суб'єктивні передумови розробки стратегії, що визначають такі вектори інноваційного розвитку:

- 1) розвиток інтелектуального потенціалу університету;
- 2) розробка інноваційних освітніх програм;
- 3) проведення спільних наукових досліджень вищими навчальними закладами з підприємствами;
- 4) розвиток інноваційної інфраструктури університету;
- 5) створення нових організаційно-правових форм автономії університету.

Вирішальним значенням для інноваційного розвитку підприємницького університету є створення інноваційного клімату, під яким розуміється стимулювання й підтримка інноваційної діяльності та забезпечення умов для її ефективного здійснення в науково-освітньому середовищі ЗВО, стан якого необхідно відстежувати та, в разі необхідності, вносити відповідні корективи. Вплив інноваційного клімату може бути неусвідомленим, але від його наявності найчастіше залежить результативність науково-освітнього процесу.

З метою створення інноваційного клімату в підприємницькому університеті слід приділяти більше уваги активізації науково-дослідної діяльності науково-педагогічного персоналу й здобувачів вищої освіти та підвищення ефективності їх наукових розробок.

При формуванні інноваційної стратегії розвитку закладу вищої освіти необхідно врахувати специфіку освітньої діяльності, зокрема те, що вирішальним фактором успіху організації є не матеріальний, а інтелектуально-духовний чинник, високий рівень мотивації, компетентності, відповідальності персоналу. Саме в цьому напрямку в першу чергу повинні проєктуватися механізми інноваційного

розвитку університету. Водночас даний фактор, безумовно, має латентний характер. Саме тому зовнішній імідж ЗВО має теж важливе значення, так само, як і налагоджена взаємодія з владними структурами та зацікавленими громадськими організаціями. Загальний принцип ефективності реалізації інноваційної стратегії розвитку підприємницького університету полягає в тому, щоб досягти поставлених цілей з мінімальними (у порівнянні з конкурентами) витратами.

Конкурентне середовище функціонування й розвитку закладів вищої освіти диктує необхідність розробки та впровадження інноваційних підходів в організації менеджменту університету. Серед таких підходів найбільш значущими можна вважати: використання методології бенчмаркінгу в процедурах конкурентного аналізу; застосування технологій SWOT-аналізу у визначенні внутрішніх й зовнішніх загроз конкурентоспроможності; концепції «зацікавлених осіб» та перспективного маркетингу відповідно.

Основними етапами формування інноваційної стратегії розвитку ЗВО є наступні:

а) уточнення місії та бачення розвитку ЗВО в найближчій перспективі;

б) загальний аналіз конкурентного середовища функціонування університету в звітному, а також прогнозованому періодах, включаючи: розвиток галузі; діяльність наукових й освітніх галузевих інститутів; стан профільних ринків освітніх послуг, праці, науково-технічної продукції; стан найважливіших параметрів конкурентоспроможності у прямих найближчих конкурентів по кожному з основних напрямків діяльності ЗВО (освітньої, науково-технічної та підприємницької діяльності); аналіз стану власних параметрів інноваційного розвитку в розрізі основних стратегічних напрямків діяльності університету.

В механізмі забезпечення інноваційного розвитку ЗВО важливо використовувати концептуальний підхід М. Портера, який сформулював три стратегічні орієнтації ринкової організації: лідерство за витратами; диференціації; фокусування [1-2].

Лідерство по витратах передбачає чітке розуміння середньогалузевих цін на освітні та науково-технічні послуги, прагнення шляхом зниження непродуктивних витрат запропонувати найбільш привабливі для абітурієнтів умови оплати навчання. Можливим є отримання економії за рахунок дистанційного навчання, продажу непрофільних активів тощо. В той же час важливо підкреслити, що лідерство за витратами (цінами) не повинне забезпечуватися за рахунок відносного зниження якості послуг.

Стратегія диференціації передбачає здатність ЗВО розробити та запропонувати оригінальний, унікальний освітній та науково-технічний продукт, що визначається достатньо великою кількістю споживачів (абітурієнтів, підприємств, науково-

дослідних установ). При цьому університет повинен позиціювати себе як організацію, що здатна задовольнити значну потребу бізнес-середовища у висококваліфікованих фахівцях.

Способи реалізації стратегії диференціації можуть бути різними, зокрема шляхом використання в освітньому процесі результатів власних науково-дослідних робіт, пропозицій кращих місць виробничих практик тощо.

Стратегія фокусування концентрує діяльність ЗВО на певному вузькому (наприклад, географічному) сегменті ринку, специфічній групі здобувачів освіти, конкретному виді (типу) послуг. Тобто, при використанні стратегії фокусування має місце чіткий вибір ринкового сегмента ЗВО та зосередження зусиль саме на цьому напрямку з наступним відокремленням себе на такому ринковому сегменті, де можна досягти значних конкурентних переваг.

Слід підкреслити, що в більшості випадків університет не може використовувати єдину («універсальну») конкурентну стратегію, оскільки, кожному виду (напрямку) діяльності ЗВО повинна бути властива власна (специфічна) стратегія нарощування конкурентних переваг. Отже, вибору системи конкурентних стратегій університету повинен передувати поглиблений та диференційований конкурентний аналіз в рамках освітньої, науково-технічної та підприємництва

Забезпечення раціональної логіки планування інноваційного розвитку університету можна представити в наступному вигляді: «стратегія (як вектор, пріоритетний курс розвитку ЗВО в конкретній предметній сфері) — перспективний план заходів щодо реалізації стратегії — річний план дій менеджменту». В той же час стратегія розвитку ЗВО не може бути прирівняна до стратегічного плану заходів. Під стратегією інноваційного розвитку слід розуміти чітко сформульований стратегічний курс або основний вектор дій менеджменту в тому чи іншому напрямку, що сприяє досягненню конкурентних переваг та нейтралізації загроз з боку конкуруючих закладів вищої освіти. Даний стратегічний курс, що враховує специфічний зміст проблем конкретної предметної сфери ЗВО, реалізується за допомогою стратегічного плану дій менеджменту, тобто системи заходів, пов'язаних з цілями, термінами, фінансами, виконавцям.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Портер М.Э. Конкуренция. - М: Изд-во Вильямс., 2003.
2. Портер М.Э. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. Альпина Бизнес Букс., 2005. - 454 с.