

**Н.Д. ГУСЬКОВА, профессор
И.Н. КРАКОВСКАЯ, профессор
Мордовский государственный
университет имени Н.П. Огарева**

Стратегическое партнерство вуза: принципы формирования и развития

Концепция развития высшей школы на основе партнерских отношений с государством, обществом и бизнесом находится в стадии активного формирования. В статье предложена классификация принципов стратегического партнерства высших учебных заведений, учитывающая общие закономерности управления многосторонними партнерствами и особенности взаимодействия высшей школы с заинтересованными сторонами.

Ключевые слова: стратегическое партнерство вуза, университет как стейкхолдер-организация, заинтересованные стороны, многосторонние партнерства

Актуальные задачи интеграции образования и науки с реальным сектором экономики, ужесточение конкуренции на рынках предлагаемых вузами продуктов и услуг побуждают высшие учебные заведения к внедрению разнообразных инноваций и поиску партнеров по их реализации. В связи с этим проблемы стратегического партнерства и управления взаимодействием с заинтересованными сторонами в высшем профессиональном образовании в настоящее время являются предметом активных теоретических и прикладных изысканий. Вузы все более активно используют принципы стратегического партнерства для обеспечения «симметричности» взаимоотношений с контрагентами, поддержания баланса социально-экономических интересов всех участников многостороннего взаимодействия.

Предлагаемая классификация принципов стратегического партнерства высших учебных заведений базируется на следующих положениях.

1. Стратегическое партнерство вузов подчиняется общим закономерностям, характерным для многосторонних партнерств, и представляет собой циклический процесс, каждый этап которого (исследование целесообразности партнерства, его создание и развитие) реализуется в соответствии с определенными принципами.

2. На университетские стратегические партнерства распространяются специфические закономерности взаимодействия высшей школы с заинтересованными сторонами и управления вузами как некоммерческими стейкхолдер-организациями.

Стратегическое партнерство в высшей школе охватывает следующие *направления взаимодействия*.

1. Партнерство между структурами высшего профессионального образования, которые осуществляют аналогичную или схожую деятельность (в том числе на международном уровне), базирующееся или на объединении ресурсов партнеров для достижения взаимосогласованных целей, или на обмене ресурсами, позволяющем укрепить их рыночные позиции. Речь идет о так называемой горизонтальной интеграции, о «превращении» конкурентов в партнеров (научно-образовательные сообщества вузов, международные научно-образовательные консорциумы и т.п.).

2. Партнерство между структурами, вовлеченными в процесс (цепочку) создания продуктов и услуг высшей школы (потребителями услуг, поставщиками и обладателями финансовых ресурсов), в том числе:

– вертикальная интеграция вузов и образовательных учреждений других уровней (многоуровневых образовательных комплексов непрерывного обучения);

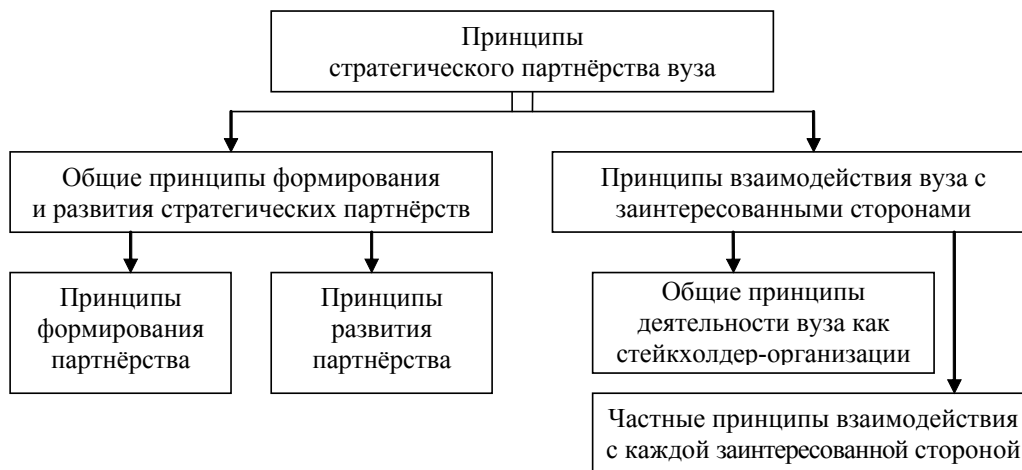


Рис. 1. Классификация принципов стратегического партнерства вуза

– партнерство с органами государственной власти и управления, общественными организациями, бизнес-сообществом (формирование рынка труда, проектная и консалтинговая деятельность, реализация образовательных, инновационных, социальных и иных программ).

3. Партнерство между вузом и его студентами, которые совместно с преподавателями на основе ресурсов вуза формируют собственные компетенции и новые компетенции образовательного учреждения, проверяют академические знания в реальных жизненных ситуациях, выступая посредниками между университетами и другими институциональными сферами экономики и общества.

4. Трехстороннее партнерство «преподаватель – университет – другие организации», формирующееся в условиях децентрализованного управления вузом и позволяющее сотрудникам в индивидуальном порядке устанавливать и развивать партнерские отношения, полезные для всех участвующих сторон, значительно расширяя партнерскую сеть университета [1, с. 23–24; 2, с. 709; 3, с. 189–190].

Стратегическое партнерство вузов как особый тип их взаимодействия между собой, со структурами власти, бизнесом и об-

ществом (включая обучающихся и персонал) является естественным ответом на повышение уровня конкуренции, наличие финансовых, кадровых, управленческих и информационных ограничений. В зависимости от конкретной ситуации виды и задачи стратегического партнерства вузов могут быть различными. Поэтому принципы стратегического партнерства вуза можно классифицировать следующим образом (рис. 1).

Общие принципы формирования и развития стратегических партнерств обеспечивают «объединение основных заинтересованных сторон и достижение справедливости и подотчетности в коммуникации между ними; предполагают справедливое представительство групп заинтересованных лиц... направлены на развитие... сотрудничества» [4, с. 21].

Принципы формирования партнерства:

- 1) учет требований законодательства;
- 2) самоорганизация партнерства (отсутствие субъекта, формирующего партнерство, но не являющегося в дальнейшем его участником);
- 3) независимость участников партнерства (юридическая и финансовая) и добровольность партнерских отношений;

4) наличие объединяющей участников цели (экономическая и/или социальная целесообразность партнерства);

5) учет реальных и потенциальных возможностей участников на этапе их отбора в состав партнеров (критерий выгоды/затраты);

6) планирование и регламентация содержания взаимодействия, распределения ролей и ответственности участников;

7) объединение (взаимодополнение) ресурсов и компетенций партнеров;

8) открытость, демонстрация честности намерений [4, с. 21–22; 5, с. 54; 6, с. 3; 7, с. 40–45].

Принципы развития партнерства:

1) совместная деятельность (интеграция интересов, ресурсов и результатов деятельности партнеров);

2) множественность уровней сетевого взаимодействия (взаимодействие не только топ-менеджмента, но и среднего звена);

3) наличие координирующего центра и современный менеджмент (профессионализм управляющего персонала, системный мониторинг, оценка и корректировка деятельности альянса);

4) саморазвитие (способность партнерства перестраивать свою стратегию и структуру, адаптируясь к конкретным обстоятельствам).

5) прозрачность (внутренняя и внешняя подотчетность участников партнерства – по отношению друг к другу и иным заинтересованным сторонам);

6) готовность реагировать (понимание интересов, приоритетов и ожиданий друг друга, способность откликаться на проблемы, волнующие партнеров);

7) соответствие требованиям (соблюдение законодательных требований, стандартов, а также принципов, стратегий и иных добровольных обязательств);

8) взаимное уважение, корпоративная солидарность и ответственность (отказ от вредных, оппортунистических действий по отношению к альянсу в целом и другим уча-

стникам в частности, разделение рисков, соблюдение конфиденциальности передачи информации);

9) эффективность партнерства, соблюдение баланса сотрудничества и конкуренции (оцениваются непосредственные результаты, достигнутые в рамках партнерства, отдельно от внешних факторов и по сравнению с наиболее вероятной альтернативой) [Там же].

Принципы взаимодействия вуза с заинтересованными сторонами обусловлены сложившейся институциональной средой его деятельности, наличием признаков государственного учреждения, некоммерческой и коммерческой организации [8, с. 141–145; 9, с. 13–14].

Общие принципы функционирования вуза как стейкхолдер-организации, помимо принципов, уже упомянутых выше для партнерств (уважение к закону, ответственность перед заинтересованными сторонами, этическое поведение), включают также важные принципы следования общественным интересам, поддержки международного сотрудничества, демократического управления, бережливого отношения к окружающей среде.

Частные принципы взаимодействия вуза с заинтересованными сторонами (партнерами) базируются на общих принципах функционирования вуза как стейкхолдер-организации и существующих стандартах (нормах) взаимоотношений с каждой из заинтересованных сторон. Например, по отношению к персоналу вуза и обучающимся – это принципы отсутствия дискриминации, поощрения развития профессиональных компетенций, предоставления открытого доступа к регламентирующей деятельности вуза информации, создания условий труда и обучения, обеспечивающих здоровье и не ущемляющих человеческое достоинство, предоставления социальных гарантий и др.

Реализация комплекса перечисленных принципов позволяет идентифицировать

возможности, определить состав участников и выбрать стратегию будущих партнерских отношений вуза, разработать механизмы структурно-организационных, финансово-экономических и правовых изменений в вузе в связи с формированием партнерства, управлять взаимодействием в процессе реализации партнерских соглашений, оценивать эффективность и корректировать политику сотрудничества.

Литература

1. Гуськова Н.Д., Салимова Т.А., Краковская И.Н., Ватолкина Н.Ш. Исследовательский университет и его партнеры: альянс заинтересованных сторон // Высшее образование сегодня. 2012. № 11. С. 23–27.
2. Мохначев С.А., Мохначев К.С., Шамаева Н.П. Интеграция образования, науки и бизнеса: тенденции на мезоуровне // Фундаментальные исследования. Экономические науки. 2012. № 3. С. 707–711.
3. Перфильева О.В. Формируя партнерство с бизнесом: достижения и проблемы федеральных университетов на современном этапе // Вестник международных организаций. 2012. № 1 (36). С. 189–202.
4. Михеев А.Н. Многосторонние партнерства: определение, принципы, типология, процесс осуществления // Информационное общество. 2005. Вып. 3. С. 18–25.
5. Казакова Н.В. Университеты и экономика, основанная на знаниях. Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2002. 272 с.
6. Москвич Ю.Н. Университеты и модернизация страны: поиск значимой позиции в формирующихся структурах стратегического партнерства // Материалы XII Международ. науч. конф. «Модернизация России: ключевые проблемы и решения», 15–16 декабря 2011 г., Москва, ИНИОН РАН. URL: <http://www.gosbook.ru/node/53835>
7. Печерская Э.П. Концептуальные аспекты подготовки конкурентоспособного специалиста в современных условиях. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2003. 260 с.
8. Рахманова М.С. Принципы функционирования вуза как стейкхолдер-компании // Материалы XII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых исследователей «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР»: Сб. тезисов. Владивосток: ВГУЭС, 2010. С. 141–145.
9. Солодухин К.С. Разработка методологии стратегического управления вузом на основе теории заинтересованных сторон: Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. М., 2011. 38 с.

Сведения для авторов

К публикации принимаются статьи с учетом профиля и рубрик журнала объемом до 0,5 а.л. (20 000 знаков), в отдельных случаях — до 0,75 а.л. (30 000 знаков).

Статьи принимаются в электронном виде (текстовый редактор — Word, шрифт — Times New Roman, размер шрифта — 11, интервал — 1,5). Сложные рисунки и графики должны быть сделаны с учетом формата журнала (136 x 206 мм).

В присланном файле, помимо текста статьи, должна содержаться следующая информация на русском и английском языках:

- сведения об авторах (ФИО полностью, ученое звание, ученая степень, должность, место работы, адрес электронной почты каждого автора);
- название статьи (не более пяти слов);
- аннотация и ключевые слова;
- ссылки на источники (даются в порядке упоминания в квадратных скобках, оформляются по ГОСТ Р 7.0.5-2008).

Материалы принимаются в редакции по адресу: 107045, Москва, ул. Садовая-Спасская, д. 6, офис 201, тел./факс: (495) 608-93-04 и по электронной почте (vovrus@inbox.ru, vovr@bk.ru).