

УДК 005.21 : 378

Г. К. Молдашев, доктор сельскохозяйственных наук, доцент

Р. С. Габдуалиева, доктор экономических наук, профессор

А. А. Муфтигалиева, кандидат экономических наук, доцент

Б. М. Хусаинов, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент

Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана, г. Уральск, РК

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ МИССИИ ВУЗА В РАМКАХ СТРАТЕГИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Аннотация

В статье изложены теоретические аспекты и обоснование необходимости разработки миссии отдельно взятого вуза в рамках стратегического планирования. Обобщены формулировки миссии университетов различных стран и дана оценка. Приводится резюме о необходимости актуализации миссии ЗКАТУ им. Жангир хана.

***Ключевые слова:** менеджмент, стратегическое планирование, организация, вуз, цели, миссия, видение, университет.*

Маркетингово-ориентированное стратегическое планирование вуза на основе анализа состояния внутренней и внешней среды, уровня конкуренции и рыночной ситуации представляет собой управленческий процесс обеспечения выбора, развития и достижения ее миссии, целей и стратегии в перспективе за счет непрерывного совершенствования качества её образовательных и научно-технических услуг.

Как утверждает декан экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, академик РАН Олег Виханский «Никакая организация не может успешно выживать в конкурентной среде, если она не имеет четко определенных ориентиров, направлений, которые задают то, к чему она стремится, чего она хочет добиться своей деятельностью. К тому же, целевое начало в деятельности организации возникает потому, что она – это объединение людей, преследующих определенные цели» [1].

Как правило, процесс разработки корпоративной стратегии любой организации начинается с идентификации ее миссии и видения. Без формулирования миссии и видения нет стратегии и нет управляемой результативной деятельности.

Миссия – это:

- философия и предназначение, смысл существования и роль, которую играет организация в обществе [1];

- декларация о предназначении организации, «невидимая рука», направляющая и организующая коллективную работу её служащих [2];

- основная цель организации, четко выраженная причина её существования на долгосрочную перспективу [3];

- обоснование необходимости деятельности организации, совокупность основных целей и руководящих установок [4];

- описание того, зачем компания существует на рынке: внешнее (Цели компании на рынке) и внутреннее (для сотрудников. Корпоративная культура) [5].

Обобщая эти формулировки, нами установлено, что миссия – это констатация генеральной цели, философии, предназначения и смысла существования организации на долгосрочную перспективу, которая создает её привлекательный образ для потребителей и заинтересованных сторон.

Что дает формулирование миссии для организации?

- возможность субъектам внешней среды иметь общее представление о статусе организации, ее философии, уровне корпоративной культуры;

- обеспечивает ориентиры для разработки ее целей, стратегии и планов;

- демонстрирует культуру менеджмента;
- способствует формированию корпоративного духа и мотивации персонала.

Миссия должна отражать генеральную цель (для чего существует фирма), стратегию (конкурентная позиция фирмы), философию (ценности, верования и принципы), стандарты поведения (методы управления, традиции), быть однозначной, краткой, точной, достижимой и выражена в форме заявления не более 25-50 слов [6].

Видение (мечта) – это:

- идеальная картина будущего фирмы, которая вдохновляет и мобилизует [1];
- результат, ради которого развивается организация [2];
- воодушевляющая панорама будущей желаемой модели фирмы и четкое представление способов её достижения [4].

Разница между миссией и видением в том, что миссия показывает, каким образом достигаются те или иные цели организации, а видение – это картинка будущего, т.е. то каким идеальным представляется положение дел, к которому стремится компания.

Однако, по материалам Калановой Ш. и др. [6] в Казахстане на сегодня в рамках стратегического планирования, научно обоснованных рекомендаций по вопросам разработки миссии и видения организации, в т.ч. вузах страны крайне недостаточны.

Поэтому нами в рамках инициативной темы НИР кафедры менеджмента университета «Воспроизводство интеллектуального потенциала реального сектора экономики в условиях интеграционных процессов: региональный аспект» (№ госрегистрации 0115РК00038) выполняется цикл комплексных исследований по актуализации элементов процесса стратегического планирования нашего университета. Отсюда и исходит актуальность данной научной статьи.

Для сравнительного анализа, обобщения и оценки приводим краткий обзор информации по содержанию формулировок миссий вузов различных стран [2, 3, 6]:

Гарвардский университет – частный многопрофильный вуз США, занимающий первые места по различным специальностям в различных рейтингах американских издательств. Основан в 1636 г., в 2005 г. обучалось 20 тыс. студентов, в т.ч. по магистерским и докторским программам 13 тысяч. ППС и персонал 2 тыс. чел., в т.ч. 41 лауреат Нобелевской премии. Годовой доход вуза – 2,6 млрд. долларов.

Миссия: Университет стремится обеспечить образование и познание самого высшего качества – продвигать границы знания и готовить выпускников к жизни, работе и лидерству.

Университет Аризоны – государственный многопрофильный исследовательский вуз США, основан в 1885 г., где на сегодня обучается 37 тыс. студентов, в т.ч. 10 тысяч по магистерским и докторским программам. Многие бакалаврские и магистерские программы входят в число 20 лучших профессиональных программ США. Бюджет вуза на 2005 г. – 1,5 млрд. долларов.

Миссия: Открывать, обучать, служить и вдохновлять.

Видение:

- Искключительная окружающая среда для обучения.
- Место для лучших в мире мыслителей.

Университет Эдинбурга (Великобритания) – исследовательский университет с международной репутацией высочайшего качества. В университете обучается более 20 тыс. студентов, работают 3 тысячи ППС.

Миссия: Продвижение и распространение знания и понимания.

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» - крупнейший центр подготовки кадров и научных исследований в области радиотехники, электротехники, электроники и информатики России. Университет основан в 1886 г., где обучаются более 8 тыс. студентов и работают 1100 научно-педагогических сотрудников.

Миссия: Обеспечение высокого профессионального уровня и формирования гражданских и нравственных качеств личности в условиях интеграции университета в мировое образовательное, научное и информационное сообщество на основе:

- достижения высокого качества образовательного и научно-исследовательского процесса в сфере деятельности вуза;

- целенаправленного получения и распространения знаний о природе и обществе;
- сохранения и приумножения нравственных, культурных и научных ценностей общества.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (ННГУ) – один из ведущих университетов России, основанный в 1916 г. Здесь обучается более 26 тыс. студентов, магистрантов и докторантов по более чем 60 специальностям.

Миссия: Сохранение и укрепление роли ННГУ как одного из ведущих институтов российского высшего образования.

Российский Университет дружбы народов (РУДН) – учрежден в 1960 г., крупнейший международный классический университет, где работают более 2000 чел. ППС, в т.ч. более 500 докторов и 1000 кандидатов наук, обучаются более 27 тыс. студентов, примерно из 135-140 стран мира [7].

Миссия:

- объединение знанием людей разных национальностей, рас и вероисповеданий;
- подготовка приоритетно востребованных специалистов в различных сферах человеческой деятельности;
- формирование личностей, являющихся патриотами своих стран и друзьями России, приобщенных к достижениям мировой культуры;
- воспитание молодежи, способной успешно работать в любой стране мира и проявлять свои творческие возможности в условиях взаимосвязи цивилизаций и многообразия современного общества.

Белгородский государственный университет – многопрофильный классический университет по подготовке специалистов мирового уровня в области телекоммуникаций, наносистем, геоинформационных систем, медицины, физики, химии.

Миссия: Выполнение роли катализатора развития экономики и социальной сферы Белгородской области, формирование мировоззрения студента – в высшей степени культурного, ответственного, созидающего, социально активного, способного преобразовать окружающий мир.

Южно-Казахстанский государственный университет им. М. Ауэзова – многопрофильный государственный вуз РК, основанный в 1930 г. В университете обучаются более 26 тыс. студентов по 76 специальностям, работают 1500 ППС, в т.ч. более 100 докторов и 650 кандидатов наук.

Миссия: Подготовка на уровне мировых квалификационных требований специалистов, научных и научно-педагогических кадров, способных эффективно работать в условиях формирования инновационно-ориентированной экономики страны; использование образовательного, научно-технического потенциала для развития экономики и решения социальных задач Казахстана.

Алматинский технологический университет – вуз ориентированный на подготовку кадров для пищевой, перерабатывающей, текстильной и легкой промышленности Казахстана. Основан в 1957 г., в структуре которой 24 кафедр, 6 факультетов и 2 исследовательских института.

Миссия: Подготовка интеллектуально и нравственно совершенных специалистов с высшим и послевузовским профессиональным образованием для соответствующих отраслей научной, производственной, управленческой и иной практической деятельности, формирование и профессиональное становление высокообразованной личности, обладающей широкими фундаментальными знаниями, умеющей работать в команде и способной к непрерывному самообразованию на протяжении всей жизни.

Казахский национальный аграрный университет – ведущий аграрный вуз РК, где на 44 кафедрах обучаются более 11 тысяч студентов, работают более 700 преподавателей, в т.ч. 15 академиков, более 130 докторов наук и 400 кандидатов наук.

Миссия: Получение новых знаний и опыта в области науки и технологий и передача их, равно как знаний и опыта, накопленных человечеством ранее, обществу для его развития и процветания. Мы готовим высококвалифицированных специалистов различного уровня, удовлетворяя потребности обучающихся и работодателей, обеспечивая реализацию принципа «образование через всю жизнь», проводим научные исследования и выполняем разработки по

широкому спектру технических, социально-экономических и сельскохозяйственных направлений, передавая в экономику их результаты.

Анализ и обобщение формулировок миссий университетов различных стран свидетельствуют о многообразии подходов при их определении. Так, в американских и европейских университетах миссия сформулирована достаточно четко и лаконично (от 5 до 20 слов) и легко запоминающаяся, тогда как миссия российских и казахстанских вузов более объемистая (от 30 до 50 слов). В миссиях российских вузов акцент делается на их роли в обществе, а у казахстанских – отсутствует внешняя региональная среда.

Что касается текста миссии ЗКАТУ им. Жангир хана, то впервые она была разработана с нашим участием в 2004 г. как структурный элемент «Политики ЗКАТУ в области качества», с последующей актуализацией в 2007 г. в «Политике ЗКАТУ в области качества и экологии» и в 2010 г. в «Стратегии развития ЗКАТУ им. Жангир хана на 2011-2020 гг.». В результате частичных правок редакционного характера без изменения её общей направленности и содержания последний вариант текста миссии университета имел следующую формулировку: «Миссия – быть движущей силой инновационной экономики Западного Казахстана, обеспечивая потребности общества кадровыми и научными ресурсами новой генерации».

Вместе с тем, внешняя экспертная комиссия национального аккредитационного центра МОН РК от 20.09.2010 г. на основе оценки соответствия деятельности вуза требованиям стандартов институциональной аккредитации сформулировала следующую рекомендацию: «Конкретизировать миссию университета в части ее целевой функции с принятием мер по более широкой информированности ППС, сотрудников и студентов о регламентах институциональной политики».

Поэтому, с учетом быстро меняющихся условий внешней и внутренней среды, адекватных требований образовательного менеджмента XXI века и официальным избранием нового ректора, установлено, что вуз объективно нуждается в актуализации своей миссии, как стартовой меры по формированию и развитию новой конкурентной позиции на рынке образовательных и научно-технических услуг, внесению позитивных организационных изменений в корпоративную культуру, в целях дальнейшего укрепления имиджа в глазах потребителей и заинтересованных сторон.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. 2-е изд. – М.: Гардарики, 1998. – 296 с.
- 2 Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 800 с.
- 3 Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : Пер. с англ. 2-е изд. – М.: Дело, 2004. – 800 с.
- 4 Цветков А.Н. Менеджмент. Учебник. – СПб.: Питер, 2010. – 256 с.
- 5 Калыгина В.В. Стратегический маркетинг. Матер. лекции. – М. РУДН. 2014.
- 6 Каланова Ш.М., Бишимбаев В.К. Тотальный менеджмент качества в высшем образовании. – Астана: Фолиант, 2006. – 476 с.
- 7 Филиппов В.М. Многомерные социальные измерения университетов классического типа // Высшее образование сегодня, 2009. – № 8. – С. 4-7.

ТҮЙІН

Мақалада бөлек алынған жоғары оқу орны үшін стратегиялық жоспарлау аясында миссиясын әзірлеу қажеттілігі негізделген және теориялық мәселелері баяндалған. Әртүрлі елдердің университеттерінің миссияларының тұжырымдамасы қорытындыланған және бағаланған. Жәңгір хан атындағы БҚАТУ-ң миссиясын жаңарту қажеттілігі жөнінде түйіндеме келтірілген.

RESUME

The article studies the theoretical aspects and the substantiation for the development of a single mission of the university as part of strategic planning. Summarized and given the statement of assessment of the universities mission in different countries. Summarizes the necessity of updating the mission of Zhangir Khan WKATU.