

на основании имеющейся проектной (предпроектной) документации, выделить круг проблем в плане организации и технологии выполнения строительных работ и предложить заказчику экономически обоснованные пути их решения вплоть до внесения изменений в архитектурно-планировочное задание и даже в готовую проектную документацию;

- на стадии проектирования подготовить, обосновать и внести предложения по использованию в процессе строительства своих (желательно эксклюзивных) технологий и материалов, что в случае их принятия гарантирует получение строительного подряда.

СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Г.Т.Медведева,

БФ ЧУО "ИСЗ им. А.М. Широкова", г. Брест, Республика Беларусь

В условиях высокой степени изменчивости внешней среды проблема эффективного функционирования учреждений образования высшей школы на рынке образовательных услуг во многом определяется прежде всего формой собственности. Для вузов государственной формы собственности – это укрепление уже завоеванных позиций; для частных – это в первую очередь проблема выживания.

Остановимся более подробно на втором аспекте проблемы – разработке эффективной стратегии выживания. Анализ условий разработки данного варианта стратегий заставляет с несколько иных позиций подойти к оценке привычных элементов внешней среды. За сравнительно непродолжительный период существования частных вузов в условиях РБ система взаимоотношений данных вузов с элементами внешней среды может быть охарактеризована как относительно неустойчивая. По мнению автора, ее можно представить следующим образом (рис. 1):



Рис. 1. Система взаимоотношений частного вуза с элементами внешней среды

Все элементы внешней среды, с которыми взаимодействует частный вуз при подготовке специалистов можно разделить на 3 группы:

1 группа – это система довузовской подготовки, представленная учреждениями среднего и среднего специального образования и неорганизованной группой потенциальных абитуриентов;

2 группа – система взаимоотношений частного вуза с органами власти различных уровней, а также с контактными аудиториями;

3 группа – это субъекты хозяйствования различных форм собственности и различных организационно-правовых форм хозяйствования, это группа потенциальных потребителей, выступающих в роли работодателей для выпускников вузов.

Необходимо отметить, что в прошлом система взаимоотношений вузов носила преимущественно тактический характер, предусматривая, например стабилизацию положения вуза на рынке. В процессе формирования рынка платных образовательных услуг организация системы взаимоотношений имеет стратегическое значение, поскольку затрагивает важнейшие составляющие конкурентного преимущества – технологии обучения, формирование затрат на обучение, маркетинговую и коммерческую деятельность вуза.

К числу основных причин, вызывающих необходимость установления стратегических взаимоотношений с партнерами, можно отнести следующие:

- возможность повышения потребительской ценности образовательных услуг;

- неопределенность и изменчивость внешнего окружения, проявляющего тенденции к глобализации;

- рост сложности образовательных технологий;

- возросшие потребности в ресурсах;

- необходимость доступа выпускников на новые рынки;

- возможность координации совместных действий благодаря современному уровню информационных технологий.

В рамках данной статьи автор не ставит перед собой целью проанализировать все причины, вызывающие необходимость развития системы взаимоотношений. По мнению автора, наибольшего внимания заслуживают такие факторы, как:

- 1) возможность увеличения потребительской ценности,

- 2) недостаток ресурсов и опыта,

- 3) неопределенность.

Возможность увеличения потребительской ценности образовательной услуги может быть достигнута за счет объединения ключевых компетенций головных вузов и их филиалов. Здесь объективно существует необходимость развития системы взаимоотношений. Причем эта система носит двойственный характер: с одной стороны – это отношения подчиненности, а с другой – отношения равноправного сотрудничества, партнерства. Здесь возможно формирование модульного подхода, который "...предполагает создание комплексных образовательных услуг, состоящих из отдельных компонентов (подсистем), которые могут быть разработаны независимо, но при этом функционируют вместе, как единое целое". [1] Основное достоин-

ство модульного подхода – его гибкость, возможность своевременной адаптации к быстро изменяющимся условиям внешней среды.

Изменчивость внешнего окружения заставляет вуз вырабатывать своего рода "систему противодействий", направленных на сглаживание негативных последствий ее изменения. К способам нейтрализации данного фактора относятся реорганизация структуры вуза и установление стратегических взаимоотношений с другими вузами.

Литература:

1. Carliss Baldwin, Kim B. Clark, *Managing in an Age Modularity: Harvard Business Review*, September – Oktober, 1997, p. 84-89.
2. Timothy M. Collins, Thowas L. Doorley. *Teaming Up for the 90s (Homeword Ld Business One Irwin)*, 1991, p. 5
3. Крэвенс Дэвид В. *Стратегический маркетинг*, 6-е издание, - М.: Издат. дом "Вильямс", 2003. – 752 с.

ПАРАДОКСЫ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В. Ситко, Е.И. Мешайкина

*Высшая школа предпринимательства и администрации, Люблин, Польша
УО «Брестский государственный технический университет», Беларусь*

«Самой важной инновацией XX века является управление.» - считает П. Друкер [2]. Даже если полагать, что это утверждение является преувеличенным или слишком помпезным, то и так значение современной науки управления невозможно переоценить. Богатые знания в области менеджмента являются, с одной стороны, ценным достижением нашего времени, но с другой – источником проблем в практике управления, вызванных трудностью их непосредственного применения. Менеджер, когда его организация находится в сложной ситуации, может только мечтать о том, чтобы иметь в распоряжении конкретный метод, позволяющий обеспечить эффективность. Появления таких однозначных методов решения проблем в практике управления не стоит даже ожидать. Подходы, которые дали прекрасные результаты в одной организации и были в неизменном виде применены в другой, как правило, не оправдывались. Точно так же те из них, которые были проверены практикой и эффективны в прошлом, не дают гарантий на успех в будущем. Такие известные, полные эйфории методы, как реинжиниринг, реструктуризация, аутсорсинг, управление изменениями, обучающиеся организации и т.д. в одних организациях стали основой развития и достижения высокой позиции, в других – привели к упадку [3].

Наибольшее значение в развитии управления конца XX – начала XXI века придается стратегическому менеджменту. Распространилось убеждение, что там, где управление не основывается на стратегических принципах, появляются проблемы и кризисные ситуации. Парадоксально, но практика показывает, что банкротами становятся и стратегически управляемые организации. Нет на рынке таких фирм, как Роллс Ройс или Ягуар, а ведь они обладали миссией, стратегией. Может, миссия на практике является только иллюзией? Это, конечно, не означает, что стратегическое управление не имеет смысла. Его концепции и методы оправдали себя во многих случаях, особенно там, где проводились основательные комплексные изменения [4].

Принято считать, что источник успехов организации находится в его ок-