

служивания, методы управления и т.д.) Для удержания конкурентных преимуществ требуется постоянное внедрение инноваций, сроки внедрения которых должны превосходить (или равняться) сроки внедрения аналогичных инноваций у конкурентов;

- глобализация бизнеса вынуждает компании учитывать как национальные, так и международные интересы;
- страна и территория рассматриваются организациями туристического бизнеса не только как место, где они осуществляют свою деятельность, а как основа для выработки стратегии конкурентных преимуществ.

Знание и учет данных особенностей, а также сильных и слабых сторон конкурентов, их отличительных особенностей (отличия в клиентуре, организации управления, методах обслуживания и т.д.) позволяет туристской организации выявить собственные конкурентные преимущества и определить свою позицию на рынке.

Заключение. В последние десятилетия туризм превратился в ведущую экономическую отрасль, он прямо или косвенно связан со многими отраслями производства. На его развитие влияют разнообразные факторы – технологические, экономические, социальное и культурное состояние общества, новые знания, приобретаемые людьми. Одновременно он отражает и такое социальное явление, как улучшение качества жизни людей и все возрастающие потребности к индивидуализации и персонализации туристических продуктов и услуг. Все это, равно как и функционирование в условиях жесткой конкуренции, требуют от организаций индустрии туризма разработки продуктов и услуг с учетом специфики потребностей отдельных групп клиентов и ориентированных на определенные сегменты потребительского рынка. Это предполагает изучение мотиваций пре-

допределяющих покупку конкретного турпродукта клиентом с целью последующего воздействия на потребительский спрос.

Существенным элементом в борьбе за клиента, и как следствие рост конкурентных преимуществ, является учет возможных барьеров для путешествий, который приводит к дальнейшей диверсификации туризма и созданию туристских услуг с отличительным качеством, новизной и имиджем. Создание конкурентоспособного туристского продукта предполагает изучение и прогнозирование спроса и стимулирование сбыта на потенциальном туристском рынке, разработку стратегии и тактики поведения на нем. В конечном итоге конкурентное преимущество получают те туристские организации, которые всесторонне учитывают особенности потребительского восприятия услуг и в полной мере используют существующие технологии воздействия на этот процесс.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Pender L., Sharpley R. Zarządzanie turystyką. – Warszawa: PWN, 2008. – 413 с.
2. Головач, Э.П. Стратегические альянсы, слияния и поглощения на рынке туристических услуг. Инновации в межкультурном взаимодействии через языки, сервис и туризм. Материалы 11 международной научно-практической конференции. 25–26 октября 2011 года / Под общ. ред. А.М. Акопянц – Пятигорск: Изд. Пятигорского государственного лингвистического университета, 2011. – 24–28 с.
3. R.A.Mundell, Man and Economics, McGraw-Hill Book Co. – New York, 1968.
4. Жукова, М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. – М.: КНОРУС, 2006. – 192 с.

Материал поступил в редакцию

GOLOVACH E.P. The formation of the competitive advantages of the tourism industry's organizations

In an increasingly competitive tourism market, organizations that operate on it, face the problem of the formation of competitive advantages on a variety of ways - pricing, quality and uniqueness of the tourism product / service, the organization's image and brand name, professional training, etc. In the context of globalization and integration of business, competition can be sustained only by the organization of hotel and tourism business, which will offer its customers high-quality service and a variety of products and services that involve the development of strategies aimed at creating and sustaining competitive advantage. The possible competitive strategies are shown. The problems of formation of the competitive advantages of the tourism industry's organizations through the use of tourist motives are considered. Studies' results of motivation of the Belarusian tourist's choice of travel companies and holiday destinations abroad, as well as existing barbers that affect customer satisfaction in the tourist product, are performed.

УДК 330.131

Радчук А.П., Бунько С.А.

ИННОВАЦИИ В ВУЗЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Введение. В последние годы достаточно часто обсуждаются проблемы инновационной деятельности вузов, в том числе, такие как содержание инновационной деятельности и мотивация инновационного развития. Действительно, существует достаточно много суждений об этой деятельности в вузе, появилось много публикаций по проблемам и содержанию инновационной деятельности в университетах, созданию условий для мотивации инновационного развития. Одновременно следует отметить, что каких-либо кардинальных изменений в организации учебного процесса, научной и научно-внедренческой деятельности с учётом требований инновационного развития не произошло, несмотря на принятые в последние годы решения на уровне правительства, а также положения, закреплённые в Кодексе Республики Беларусь об образовании. Существуют и различные подходы к самому понятию инноваций. Мы считаем, что инновации в вузах могут выступать в разных формах. Одной из них могут выступать инновации как теоретические разработки, план,

новая схема, принципиально новый подход к обучению. Во втором случае инновация выступает как продукт, воплощённый в качестве новой модели, образца, компьютерной программы. Как отдельное направление – это инновация как товар, то есть новый продукт, внедрённый производство, учебный процесс. В то же время считаем, что любая инновация должна быть оценена и признана, в одном случае экспертами и специалистами, в других случаях – самими потребителями инновации.

Направления инновационной деятельности в вузе. Цель инновационного развития университета – это, прежде всего, придание системного характера процессам создания, внедрения, распространения современных знаний и достижений с учётом развития рыночной экономики. Для реализации цели инновационного развития необходимо осуществить разработку и реализацию плана инновационного развития университета, проведение организационно-

Радчук Анатолий Петрович, к.т.н., профессор кафедры менеджмента, декан экономического факультета Брестского государственного технического университета.

Бунько Светлана Александровна, магистр, зам. декана экономического факультета Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

административных мероприятий, связанных с реализацией программы инновационного развития. Следует обеспечить участие преподавателей, сотрудников, аспирантов, магистрантов, студентов в республиканских и региональных программах инновационного развития. Необходимо создать условия по мотивации труда при исполнении мероприятий государственной программы инновационного развития и участия в освоении результатов научной деятельности на практике, внедрение их в учебный и воспитательный процесс. Причём в современных условиях вузам необходимо стремиться к коммерциализации научных разработок путём выполнения научно-исследовательских работ по заказам организаций.

Например, для ускорения инновационных процессов и процессов коммерциализации инноваций в БрГТУ в 2007 году на базе научно-исследовательской части создан отдел инновационной деятельности и управления интеллектуальной собственностью, который является научно-инновационным подразделением центра трансфера технологий. Основными задачами отдела являются организация работы по внедрению результатов научных исследований на плановой основе; организация выставочной деятельности с целью рекламы и реализации разработок ученых университета на внутреннем и внешнем рынках; обеспечение расширения перечня экспонатов и обновление экспозиции научно-технических разработок вуза для представления на международных выставках и ярмарках; организация экспертизы и в установленном порядке представление на конкурс проектов на выполнение государственных научно-технических программ и их отдельных заданий, отдельных научно-технических проектов, отдельных заданий государственных программ фундаментальных и прикладных исследований, различных грантов; обеспечение в установленном порядке государственной регистрации проводимых научных исследований и представление научных отчетов по завершённым научно-исследовательским работам; организация работы по сбору, систематизации и передаче потенциальным разработчикам информации о потребностях организаций реального сектора экономики в инновационном продукте; организация и проведение контактных бирж разработчиков с технологическими службами предприятий и с зарубежными партнерами; содействие созданию и развитию опытных производств, малых и средних наукоемких предприятий при университете; содействие включению университета в международные технологические сети и «сети компетентности» для совместного продвижения научно-технических разработок и расширения информационных обменов; проведение обновления электронного каталога научно-технических разработок и технологических предложений на Межвузовском Интернет-портале [3].

Однако считаем, что в задачи центра должна входить и разработка инструментов по повышению мотивации научных работников, преподавателей, студентов к инновационной деятельности и коммерциализации её результатов, а именно:

- формирование понимания, что финансовый успех инноваций – это критерий их научной успешности;
- финансовая мотивация;
- создание информационного поля: информационное наполнение сайта, постоянное его обновление информацией о результатах инновационной деятельности, координация и поддержка информационного обмена в сфере инновационной деятельности.

По нашему мнению, инновационная деятельность, в том числе и в вузе, достаточно близка к предпринимательству, но является более широким понятием. Занимаясь предпринимательством в условиях конкуренции и высокого риска, бизнесмены стремятся получить прибыль. Однако стимулом к инновационной деятельности в вузе может быть не только прибыль, которую работник может и не ощутить, но и эмоциональное и социальное удовлетворение от самого процесса внедрения своих разработок не только по результатам научных исследований, но и путём использования нововведений в образовательном и воспитательном процессах. Общепризнано, что работа в вузе складывается из трёх, неразрывно связанных направлений: учебного, научного и воспитательного. В то же время достаточно часто можно слышать суждения, когда речь идёт об инновационной деятельности в вузе, что это, прежде всего, научные разработки, выполняемые по

заказам предприятий и дальнейшая их коммерциализация. Мы считаем, что это важный аспект, но если преподаватель использует в учебном процессе новые образовательные технологии, инновационные методы обучения и контроля знаний, получившие положительную оценку экспертов, это не менее значимо.

Педагогическая инновация – это изменения, нововведения внутри педагогической системы. Для системы образования любой страны внедрение инноваций является основным средством повышения её эффективности, поэтому страны заинтересованы в увеличении количества новшеств. Педагогическую инновацию определяют как нововведение в педагогическую деятельность, изменения в содержании и технологии обучения и воспитания, с целью повышения их эффективности [1].

Инновацию применительно к педагогическому процессу можно трактовать как введение нового в цели, содержание, методы и формы обучения и воспитания, организацию совместной деятельности педагога и обучаемого. К педагогическим инновациям можно отнести изменения: в содержании образования (образовательные стандарты, учебные планы, учебно-методические комплексы); в отношениях "преподаватель студент"; в методах обучения, оценки знаний и др.

В понимании сущности инновационных процессов в образовании лежат две важнейшие проблемы педагогики – проблема изучения, обобщения и распространения передового педагогического опыта и проблема внедрения достижений психолого-педагогической науки в практику. Содержание и механизмы инновационных процессов должны лежать в плоскости объединения двух взаимосвязанных между собой процессов. Их объективная взаимосвязь заключается в том, что процесс изучения, обобщения и распространения педагогического опыта имеет своей конечной целью внедрение нового, передового в массовую практику. Таким образом, результатом инновационных процессов должно быть использование новшеств теоретической и практической природы в целом педагогическом процессе [2]. По нашему мнению, в нашей стране сохраняется проблема недостаточной педагогической подготовленности преподавателей вузов, особенно специальных дисциплин.

Считаем, что включение преподавателей вуза в мониторинг инновационной деятельности предусматривает наличие объективных условий, среди которых немаловажным является вовлечение преподавательского состава в процесс разработки инноваций и обсуждение результатов их внедрения. Одним из эффективных инструментов мониторинга может стать профессиональный конкурс инновационных образовательных технологий, который может проводиться по различным номинациям. Например, таким как внедрение компьютерных технологий в процесс обучения, разработка и внедрение педагогических инноваций и т.д. Составляющей конкурса могло бы стать привлечение студентов как к разработке инновационных проектов, так и их оценке.

При оценке инновационных проектов можно использовать целый ряд критериев, таких как актуальность, педагогическая новизна, универсальность (возможность применения в разных предметных областях), доступность для студентов, степень апробации, наличие внешней экспертизы, оценки студентов.

По итогам конкурса и обсуждения на учебно-методическом совете университета можно проводить «мастер-классы», наиболее интересные проекты освещать на сайте университета. Основным результатом конкурса должно стать формирование условий для распространения и преемственности новаторского педагогического опыта, стимулирующих инновационную активность, постоянный поиск новых возможностей совершенствования методов преподавания. Поэтому мы рассматриваем подобный конкурс как один из существенных компонентов системы инновационного развития университета, обеспечивающий мотивацию и неформальный контроль образовательных инноваций со стороны администрации вуза.

Аналогичная картина может складываться и по третьему направлению вузовской работы – воспитательной. Много предложений исходит от преподавателей по использованию совершенно новых форм организации и проведения интересных мероприятий, носящих воспитательный и идеологический характер. Это часто выражается в созда-

нии новых студенческих обществ, объединений, клубов, в которых активное участие принимают не только студенты, но и население, учащиеся школ. Такая работа явно носит инновационный характер, её результаты невозможно оценить в виде притока денежных средств, и она достаточно редко соответствующим образом оценивается при подведении итогов работы преподавателей. Такие направления инновационной работы практически не учитываются в Положении по установлению надбавок за степень и звание, хотя в данном Положении имеется раздел об инновационной составляющей.

Заключение. По нашему мнению, в современных условиях необходимо создать предпосылки к стремлению к инновационной деятельности. Другими словами, определить, каковы должны быть стимулы и мотивы для того, чтобы вуз мог постоянно генерировать инновации. Исходя из этого, необходимо учитывать особенности работы вузов в условиях рынка, а они несколько отличаются от предприятий других отраслей. С одной стороны, вуз, выступая субъектом рынка, представляет образовательные услуги, в том числе на платной основе, научную и научно-техническую продукцию, с другой стороны - выполняет заказ государства на подготовку высококвалифицированных специалистов. Кроме этого, специфика подготовки специалистов говорит о двойственности продукта вуза. С одной стороны, потребителями образовательных услуг являются студенты, с другой стороны - потребителями выпускников являются работодатели, то есть предприятия и организации.

Мотивация предприятий, работающих в рыночных условиях, достаточно ясная, они с помощью инноваций добиваются конкурентных преимуществ, что обеспечивает им выживаемость и приносит прибыль. Поэтому, если рассматривать вуз как рыночное предприятие, для обеспечения высокой мотивации и инновационной деятельности его необходимо поставить в положение полноценного субъекта рынка, с работой в условиях жёсткой конкуренции, с самостоятельным распоряжением получаемой прибылью, что сделать достаточно сложно. Даже если вуз не сможет существовать в конкурентной борьбе и покрывать свои издержки, государство должно его поддерживать, так как вуз выполняет важные социальные задачи, осуществляя подготовку кадров для народного хозяйства.

Мы считаем, что если удастся создать вуз предпринимательского типа, работающего в условиях рынка, самостоятельно зарабатывающего и расходующего средства, тогда в нём будет инновационная среда с максимальной мотивацией.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Рапацевич, Е.С. Педагогика. Большая современная энциклопедия / Е.С. Рапацевич. – Минск: Современное слово. – 2005. – 718 с.
2. Гимпель, Л.П. Взаимосвязь инноваций и педагогического творчества /www.ntmfkonf.ucoz.ru.
3. www.bstu.by.

Материал поступил в редакцию

RADCHUK A.P., BUNKO S.A. Innovations at HEE: problems and perspectives

The issues of the contents of innovation activities at a higher educational establishment and the motivation of innovational activities have been considered. The three guide-lines of innovation development at an establishment of higher education-scientific-introduction, teaching and educational have been examined. Special importance of pedagogical innovations, generating and spreading innovator pedagogical experience.

УДК 316.453:378.4(476)

Надеина Н.Г.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗА

Введение. Развитие системы образования в современном мире рассматривается как базовый стратегический ресурс, от которого зависит благосостояние страны. Следует постоянно учитывать две взаимодополняющие функции высшего образования: подготовка профессиональных кадров и культурная адаптация личности к интенсивно изменяющемуся миру. Сегодня, в условиях конкуренции на различных рынках — образовательных услуг, трудовых ресурсов, инвестиций, инноваций, технологий, практически все государственные вузы сочетают в себе элементы государственного учреждения и субъекта рыночной экономики. В условиях конкурентной среды инновационная активность вузов должна проявляться во всех видах их деятельности.

Современная экономика развивается на основе инноваций и научных знаний, поэтому она предъявляет повышенные требования к качеству подготовки специалистов и их профессиональным компетенциям. Актуальной задачей университетов в современном мире становится способность эффективно реагировать на вызовы современности и готовность удовлетворить широкий спектр социально-экономических запросов общества и рынка. В настоящее время вузы получили возможность проявлять и реализовывать интеллектуальный и научный потенциалы через инновационную активность и предпринимательство в экономическом пространстве образовательной среды, доказывая свою конкурентоспособность в генерации идеи и их коммерциализации на внутреннем и внешнем рынках.

Проблемы формирования инновационного потенциала

высшей школы. Инновационная деятельность вузов, как правило, характеризуется следующими качественными чертами:

- эффективное использование собственных интеллектуальных и материальных ресурсов;
- наличие инноваций в учебной, научной и производственной деятельности, методах управления и организации этой деятельности для преодоления конкуренции и продвижение продукции;
- коммерциализация результатов научно-инновационной деятельности;
- собственная оценка и страхование рисков, связанных с инновационной деятельностью.

Инновационный потенциал учреждений образования, отражает ресурсную и результативную составляющие деятельности высшего учебного заведения, является основой успешного сотрудничества с предприятиями реального и финансового секторов экономики, а так же эффективного участия в государственных и международных грантах.

В процессе формирования и развития инновационного потенциала, вуз может трансформироваться в особый учебно-научно-инновационный комплекс, взаимодействующий с инновационной инфраструктурой в виде НИИ, опытно-конструкторских производств, конструкторских бюро, научных и научно-производственных центров, центров подготовки и переподготовки кадров, технопарков, инновационно-технологических центров, бизнес-инкубаторов, малых и средний инновационных и наукоемких предприятий и частных предпринимателей.

Надеина Н.Г., Брестского государственного технического университета. Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.