

Асаналиева Ш.Т., Бекбоева М.А.

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В НАРЫНСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИМЕНИ С. НААМАТОВА

Стратегическое планирование имеет дело не с будущими решениями, а с будущим решением, принимаемых сегодня

*П. Друкер*

Нарынский государственный университет основан в 1996 году. С первого дня своего существования он призван утверждать идеалы науки, образования и культуры в Кыргызской Республике. Важнейшим приоритетом университета является воспитание свободно мыслящей творческой личности, способной к самостоятельным научным и мировоззренческим решениям. Коллектив НГУ активно внедряет современные и методы во все сферы деятельности, укрепляя свой статус в кыргызском и международном научно-образовательном пространстве. НГУ, как научно образовательный центр, видит свою миссию:

- в сохранении и приумножении духовных ценностей человечества;
- в получении и распространении передовых знаний и информации;
- в опережающей подготовке интеллектуальной элиты общества на основе интеграции учебного процесса, научных исследований и инновационных подходов.

Основными целями НГУ являются:

- развитие государственного интеллектуального потенциала путем производства новых знаний и информации;
- подготовка научно- педагогической, управленческой и культурной элиты общества;
- совершенствование педагогического процесса на основе активного использования инновационных подходов и информационных технологий;
- подготовка высококвалифицированных специалистов;
- развитие реального сектора экономики на основе инновационной деятельности.

Заслуги Нарынского государственного университета, ППС и студентов в становлении и развитии науки, образования и культуры отмечены многими наградами страны и зарубежными поощрениями.

Для дальнейшего направления деятельности НГУ создана группа по стратегическому планированию.

Данная статья раскрывает уровень стратегического планирования вышеупомянутой группой также по итогам тренинга, организованного Центром мониторинга и качества образования, в январе 2011 года. Создание рабочей команды по стратегическому планированию и проведение тренингов по стратегии университета стали необходимыми по нескольким причинам:

- ввести в работу НГУ перспективные и долгосрочные планы;

- развивать у сотрудников вуза стратегическое мышление;
- формировать стратегическое управление, где наиболее важные и сложные можно решать в последнюю очередь.

Терминология «стратегия» означает «общий всесторонний план достижения целей». Стратегическое планирование (Strategic Planning) – это набор действий и решений, предпринятых руководством, которые ведут к разработке конкретных стратегий, предназначенных для организации в достижении своих целей. Для полного достижения перспективных целей НГУ препятствует неравномерное распределение внимания администрации к различным аспектам деятельности университета.

*Таблица 1*

Аспекты деятельности университета

	Академическая сфера	Система управления
Кратко-срочная деятельность	<i>Оперативная</i> , связанная с текущей академической деятельностью (1 место)	Регулирование академической деятельности (2-место)
Стратегическая деятельность	Улучшение качества образования (3 место)	Развитие системы управленческой структуры (4-место)

Постараемся выяснить причины распределения внимания к различным аспектам деятельности:

- Человеческий фактор. Оперативная деятельность в академической сфере университета более простая и требует неотложных действий. Осуществление эффективных изменений университета в рамках текущей деятельности практически невозможно. Можно провести лишь небольшие локальные улучшения.

- Администрация университета уделяет на оперативную деятельность больше времени, чем на стратегическую деятельность. Чтобы изменить ситуацию в деятельности университета, администрация планирует уделять достаточно времени стратегическим вопросам. Основным фактором успешности проводимых изменений в университете является понимание, желание администрации осуществить данные изменения.

- Какой бы деятельностью ни занимался человек, его могут подстергать успех и неудачи. Если коллектив университета теряет неудачу в вопросах первой или второй важности, они не

останавливаются на этом этапе, они пробуют снова и снова. Но если потерять неудачу в четвертом вопросе, то это может надолго замедлить деятельность университета.

- Важная часть, если не заниматься четвертым вопросом, то и не нужно тратить времени на первый и второй аспекты. М.Твен сказал: «Кто не знает, куда направляется, очень удивится, попав не туда », то есть непродуманное направление это может привести к прекращению деятельности университета.

Стратегия НГУ нужна для выявления новых точек роста и возможностей развития. Она даст обоснованные направления развития и сформирует уверенность в завтрашнем дне.

Для этого необходимо:

- Систематизировать разрозненные тенденции. Увязать разные программы и проекты, сконцентрировать и рационально использовать ресурсы ВУЗа.
- Сформулировать потребности сообщества как основу действий, консолидировать вузовское сообщество и активизировать его потенциал.
- Определить специфику ВУЗа, разработать сжатое изложение основных позиций, характеризующих ВУЗ и его развитие.
- Привлечь новые ресурсы, повысить конкурентоспособность и привлекательность ВУЗа в разных аспектах.

Для проведения успешного процесса стратегического планирования университета имеется интерес администрации университета, ППС, студентов, отработан механизм сбора мнений, создана возможность коллегиального обсуждения и принятия решений, осуществлена ресурсная поддержка, выдержан хороший темп работы. Поэтапно, следуя

системе стратегического анализа, был проведен анализ

- внутренней среды (деканами, начальниками отделов);
- внешней среды (в процессе работы);
- комплексный (в процессе работы).

Проведение стратегического анализа выявило: предмет и характер деятельности университета; конкурентные преимущества; формирование поля выбора (поля стратегических решений); достижимость возможных целей. Стратегическими приоритетами НГУ являются:

- международный уровень образования в сфере педагогики, экологии, гуманитарных наук, аграрной техники и экономики;
- динамичная научная среда, интегрированная в реальный сектор образования;
- интеграция в образовательное пространство и социально-культурное сообщество стран СНГ и за его пределами;
- становление университета как саморазвивающейся организации;
- формирование инновационной и управленческой культуры университета;
- полезность обществу;
- обеспечение лидерства в области образования;
- вклад в развитие интеллектуального потенциала региона и КР.

#### Литература

1. Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. Основы менеджмента.- М., 1997. – 873 с.
2. Филип Котлер. Основы маркетинга. - М., 1991. – 651 с.
3. Филип Котлер. Маркетинг, менеджмент экспресс курс. - СПб., 2006. – 464 с.