

УДК 371.1.07

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ СТАНОВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПЕРСОНАЛА ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Донина И.А.

ФГБОУ ВПО «Новгородский Государственный университет имени Ярослава Мудрого», Великий Новгород, Россия (173003, Великий Новгород, ул.Б.Санкт-Петербургская, 41, e-mail: doninairina@gmail.com

На современном этапе развития образования становится значимой такая характеристика общеобразовательной организации как конкурентоспособность. Конкурентоспособность организации во многом определяется уровнем развития конкурентоспособности ее персонала. В статье изучается проблема становления конкурентоспособности персонала общеобразовательной организации; обосновывается необходимость, раскрывается сущность и значимость педагогической стратегии для становления данного качества в контексте образовательного маркетинга. Показано влияние механизма конкуренции на развитие общеобразовательной организации. Раскрывается сущность развития общеобразовательной организации в современных условиях, взаимозависимость между конкурентоспособностью организации и конкурентоспособностью персонала. Рассматриваются компоненты конкурентоспособности педагогического персонала: личностный (связанный со становлением конкурентоспособности личности педагога (руководителя) на рынке образовательных услуг), корпоративный (связанный с участием педагогического персонала в формировании конкурентоспособности общеобразовательной организации) и институциональный (направленный на поддержку и развитие конкурентоспособности образования как института) и основные педагогические стратегии, направленные на формирование конкурентоспособности персонала.

Ключевые слова: педагогическая стратегия, конкурентная среда, конкурентоспособность, общеобразовательная организация, педагогический персонал.

THE PEDAGOGICAL STRATEGY OF FORMATION OF THE COMPETITIVE PERSONNEL OF THE GENERAL EDUCATION ORGANIZATION

Donina I.A.

Novgorod State University by the name of Yaroslav the Wise, e-mail: doninairina@gmail.com

Now at the stage of development of education it is very significant to mention such characteristic of the general education organization as competitiveness. Competitiveness of the organization is defined by a level of development of competitiveness of its personnel. In this article the problem of formation of competitiveness of the personnel of the general education organization is studied; the essence and the importance of pedagogical strategy for formation of this quality in the context of educational marketing reveals. The influence of the mechanism of the competition on development of the general education organization is shown. This article reveals the essence of development of the general education organization in modern conditions, interdependence between competitiveness of the organization and competitiveness of the personnel. Components of competitiveness of teaching staff: the personal (associated with the formation of competitive personality of the teacher (leader) in the educational market, corporate (associated with the teaching staff in the formation of a comprehensive competitiveness of the organization) and institutional (aimed at supporting and developing the competitiveness of education as an institution) and the main pedagogical strategy, which is directed on formation of competitiveness of the personnel is considered.

Keywords: pedagogical strategy, competitive environment, competitiveness, general education organization, pedagogical personnel.

Современный период модернизации образования в России связан с социально-экономическими преобразованиями, направленными на приобретение образовательными организациями все большей самостоятельности в выборе своей стратегии развития и конкурентной позиции на рынке образовательных услуг, переходе из статуса «общеобразовательного учреждения» в статус «общеобразовательная организация». В функции педагогического персонала начинают включаться способности, связанные с

эффективной ориентацией на рынке образовательных услуг, на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно и с минимальным риском принимать решения по различным вопросам: разрабатывать и реализовать на практике соответствующие программы конкретных коммерческих действий, увязывать их с основными процессами внутри общеобразовательной организации, осуществлять постоянный мониторинг за изменениями, происходящим в внутренней и внешней среде и в соответствии с ними вносить необходимые коррективы в предлагаемые рынку образовательные услуги, обеспечивать конкурентоспособность общеобразовательной организации на рынке образовательных услуг.

С другой стороны, современные потребители образовательных услуг в лице государства, общества, учащихся и их родителей все чаще выражают свои потребительские запросы, связанные с необходимостью повышения качества образования «соответствия достигнутого уровня требованиям потребителя» [3]. В том числе, заметно усиливается составляющая, связанная с сервисными ожиданиями. Такое понимание предполагает, в первую очередь, повышение требований к профессионализму педагога и к процессу его профессионального становления.

Налицо противоречие между потребностью системы образования в педагогических кадрах, способных обеспечить качество образовательного процесса в современных социально-экономических условиях и отсутствием соответствующих стратегий их профессионального становления и развития в современной образовательной теории и практике.

Выделенные противоречия оказывают влияние и на изменение требований к сущности профессионализма как педагогических, так и управленческих кадров и выделении в его структуре такой составляющей как конкурентоспособность.

Понятие «конкурентоспособность педагогического персонала» складывается из двух категорий: «педагогический персонал» и «конкурентоспособность».

В контексте нашей статьи под педагогическим персоналом общеобразовательной организации мы будем понимать коллектив работников или совокупность лиц, осуществляющих педагогические и/или управленческие функции на основе трудового договора.

Рассматривая «конкурентоспособностью» общеобразовательной организации ее способность и готовность к успешному устойчивому развитию организации в условиях рыночной экономики, отметим, что основным звеном в формировании этого качества является педагогический персонал организации и такая его профессиональная характеристика как конкурентоспособность персонала.

Конкурентоспособность педагогического персонала нами рассматривается не только как личностное качество, но и как его способность и готовность к обеспечению конкурентоспособности общеобразовательной организации на рынке образовательных услуг, как организационный ресурс общеобразовательной организации.

Рассматривая конкурентоспособность педагогического персонала, можно выделить следующие ее компоненты: личностный (связанный со становлением конкурентоспособности личности педагога (руководителя) на рынке образовательных услуг), корпоративный (связанный с участием педагогического персонала в формировании конкурентоспособности общеобразовательной организации) и институциональный (направленный на поддержку и развитие конкурентоспособности образования как института).

С целью более содержательного обоснования стратегий становления конкурентоспособности педагогического персонала раскроем сущность понятия «становление». В словаре С.И. Ожегова «становление» определяется как «возникновение, образование чего-нибудь в процессе развития» [7]. Говоря о широте применения данного понятия, необходимо отметить, что термин «становление» широко используется в философии, социологии, психологии и педагогике. Его сущность исследовалась различными авторами. В контексте нашего исследования важно рассмотреть три аспекта: философский, социологический, психолого–педагогический. В философии категорию «становление» рассматривали в своих трудах Гераклит, Аристотель, Парменид, Платон, Лейбниц, Гегель и др. Рассматривая философский аспект, Л.Е.Балашов основной акцент делает на становлении как единстве материи и движения, указывая не только на факт изменения, но и на то, что изменяется, каким образом изменяется [1].

В психолого-педагогическом контексте становление можно определить как прогрессивный процесс изменения личности под влиянием социальных воздействий и собственной активности. Большой толковый словарь русского языка выделяет основные процессы, в рамках которых происходит становление. По мнению автора, к ним относят: развитие, формирование, воспитание [6].

Становление такого качества педагогического персонала как конкурентоспособность является частью его профессионального становления и в современных рыночных, социально-экономических условиях требует разработки специальной педагогической стратегии обеспечения и комплексного сопровождения данного процесса.

Сущность понятия «стратегия» часто трактуется как «план действий в условиях неопределенности, набор правил, согласно которым предпринимаемые действия должны зависеть от обстоятельств, включая естественные события и действия других людей [9]» или

«детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии и достижение ее целей» [8], «генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей». [2].

Однако, как отмечает О.С. Виханский, существует и другая трактовка термина «стратегия», в рамках которой «стратегия» рассматривается как определенное долгосрочное направление развития, стратегический ориентир, которое должно привести к достижению поставленных целей [4].

В более широком смысле, можно рассмотреть понятие стратегии в трактовке Г. Минцберга, который трактует понятие стратегии следующим образом: «Стратегия – план «как сделать», средство получения необходимого результата» [11]. Таким образом, чаще всего стратегия рассматривается как долгосрочный детализированный план достижения перспективной цели.

Стратегия носит прикладной характер по отношению к сфере деятельности, в которой оно применяется. Так выделяют такие сочетания как «военная стратегия», «бизнес стратегия», «педагогическая стратегия» и т.д. В контексте нашей статьи необходимо рассмотреть сущность «педагогической стратегии» и специфику ее формирования.

Нам близко определение М.Г. Яновой, в котором автор «педагогической стратегией» предлагает понимать «искусное руководство, сознательно сконструированная совокупность педагогических действий адекватных педагогической цели, осуществляемых последовательно - поэтапно и развертывающихся посредством качественного отбора педагогического обеспечения: содержания учебной дисциплины, гибкого использования форм, методов, приемов и средств, направленных на реализацию конкретной стратегии». «Педагогическая стратегия» рассматривается нами, с одной стороны, как деятельность, в которой выделяются цель, как стратегический ориентир, и средства ее достижения. С другой, педагогическая стратегия – это процесс, протекающий во времени, представляющий совокупность целесообразных действий, направленных на достижение определенного результата [10]. В результате таких действий педагогический персонал принимает соответствующие ценности, приобретает и актуализирует необходимые компетенции, обеспечивающие достижение стратегической цели и выполнение профессионально - и лично - значимых стратегических задач. Особое место при разработке стратегии становления конкурентоспособности персонала общеобразовательной организации уделяется теоретическому положению о том, что одной из ведущих философией достижения конкурентоспособности является философия маркетинга, поскольку именно

образовательный маркетинг является философией и механизмом эффективного поведения, как организации, так и педагогического персонала на рынке образовательных услуг.

Для обоснования педагогической стратегии становления конкурентоспособности персонала общеобразовательной организации хочется подчеркнуть необходимость гармоничного сочетания внешней и внутренней составляющих. Внешняя составляющая связана с педагогическим сопровождением процесса становления, а внутренняя с самоменеджментом персонала процесса становления собственной конкурентоспособности.

Педагогическая стратегия становления конкурентоспособности педагогического персонала общеобразовательной организации будет эффективно реализоваться в образовательном процессе при следующих концептуальных основах:

- обоснование педагогической концепции, теоретико-методологическим фундаментом которой является интеграция аксиологического, контекстного, технологического и персонифицированного подходов;
- определение ядра педагогической концепции, которым являются выявленные закономерности и соответствующие им принципы становления конкурентоспособности педагогического персонала общеобразовательной организации на основе интеграции формального и неформального образования в области образовательного менеджмента;
- проектирование структурно-содержательной модели становления конкурентоспособности педагогического персонала в территориальной образовательной системе.

Основными теоретическими положениями педагогической стратегии становления конкурентоспособности персонала общеобразовательной организации выступают следующие положения:

– понимание стратегического назначения (миссии) маркетинговой деятельности общеобразовательных организаций в территориальной системе образования – обеспечение высокого качества образования как «соответствия достигнутого уровня требованиям потребителя» [3];

– стратегическая цель становления конкурентоспособности педагогического персонала общеобразовательной организации достижение ею уникальных конкурентных преимуществ, обеспечивающих устойчивое развитие в конкурентной среде за счет нахождения собственной уникальной позиции;

– тактические задачи – создание системы педагогического сопровождения становления каждого из уровней конкурентоспособности как части информационно – профессиональной среды, обеспечение взаимосвязи внешней (маркетинговая компетентность педагогов) и внутренней (самоменеджмент педагога в вопросах обеспечения

своей конкурентоспособности) и реализация соответствующих организационно-педагогических условий;

-достигнутые результаты на региональном, муниципальном, организационном и личностном уровне.

Таким образом, среди многообразия педагогических стратегий для процесса становления конкурентоспособности педагогического персонала особый интерес представляют стратегии: ориентирование, приобщение и сопровождение. Рассмотрим данные стратегии.

Стратегия «Ориентирование» предполагает реализацию комплекса педагогических мероприятий ознакомительного или рекомендательного характера, направленных на достижение определенного результата за счет «направления» обучаемых на достижение какой-либо цели, помощь в поиске ориентиров деятельности. Нами выделяются следующие педагогические способы ориентирования: знакомить, обращать внимание, направлять, поддерживать, содействовать, обеспечивать, предопределять, активизировать, способствовать адекватному оцениванию, корректировать, приспособлять, обеспечивать самообразование и другие. Главная идея педагогической стратегии заключается в ориентировании педагогов и руководителей на принятие философии образовательного маркетинга и реализацию маркетинговой деятельности в образовании как части их профессиональной деятельности. Так как согласно современным тенденциям развития организаций одной из ведущих тенденций современного менеджмента является переход к научающейся организации. Развитие организации при этом понимается как развитие ее работников. Переход к научающейся организации требует наличия в ней общего видения, общей для всех картины будущего, команды единомышленников способных учиться, т.к. общий интеллект команды выше, чем у каждого из ее участников [5]. Одной из форм реализации данной стратегии может выступать организация внутрифирменного обучения образовательному маркетингу педагогического персонала.

Стратегия «Взаимодействие» имеет деятельностный характер и предполагает предоставление возможности и создание условий для включения в какую-нибудь деятельность. В нашем случае данная стратегия имеет две интерпретации: как взаимодействие с профессиональным сообществом и как взаимодействие с группой стратегических партнеров общеобразовательной организации.

Стратегия «Сопровождение» отражает управляемую (организационную) сторону процесса развития человека в системе социального и педагогического взаимодействия с другими людьми. В процессе сопровождения субъект самостоятелен в принятии решений, что позволяет раскрыть термин «сопровождение» через создание условий для принятия

субъектом решения в ситуации выбора. Целостный процесс сопровождения предполагает формирование системы знаний в области маркетинга, самосознание в пространстве образовательной организации и рынка труда, и рынка образовательных услуг, приобретение опыта маркетинговой деятельности в контексте социально – этического маркетинга, активное участие в формировании личных конкурентных преимуществ и конкурентных преимуществ образовательной организации, формирование активной позиции саморазвития в информационно-профессиональной среде.

Результаты реализации педагогической стратегии становления конкурентоспособного педагогического персонала прогнозируются на нескольких уровнях. Результаты регионального уровня будут выражаться в повышении имиджа образования, как социального института, муниципального – в создании конкурентной среды, в рамках которой каждая образовательная организация найдет свою «нишу» на рынке образовательных услуг. Организационный - формирование сильной конкурентной позиции обеспечивающей устойчивое развитие в условиях рыночной экономики, которое выражается в достижении долгосрочного успеха образовательной организации связанного: с изучением и осознанием ею нужд и потребностей потребителей образовательных услуг; формулировкой стратегических целей, направленных на реализацию социального заказа и их реализацией; мониторингом внешней среды с целью выявления ключевых факторов успеха и использованием возникающих возможностей для своего развития, определением ведущих направлений деятельности по реализации как основных, так и обеспечивающих (дополнительных) процессов. Личностный уровень выразится в наличии такого профессионально – личностного качества как – маркетинговая компетентность педагога (руководителя), позволяющая эффективно выстраивать свою карьеру и взаимодействие с потребителями образовательных услуг.

Маркетинговая компетентность рассматривается нами как качественная интегральная профессионально-личностная характеристика, отражающая готовность и способность педагога (руководителя) общеобразовательной организации к обеспечению успешной деятельности образовательной организации в условиях рыночной экономики.

Создание педагогической стратегии становления конкурентоспособного педагогического персонала определяется важностью и актуальностью реализации государственных подходов к образованию в Российской Федерации. Разработанная нами педагогическая стратегия, учитывает современную нормативно-правовую базу, теоретические основы проблемы становления конкурентоспособности персонала, сущностные характеристики предмета исследования, принципы, содержательные направления и технологию. Авторская педагогическая стратегия становления

конкурентоспособности в аспекте образовательного маркетинга позволяет выстроить концептуальные идеи и модель становления конкурентоспособности педагогического персонала в условиях территориальной системы образования.

Список литературы

1. Балашов Л. Е. Философия. - Москва, 2006. 664с.
2. Бандурин А.В., Чуб Б.А. Стратегический менеджмент организации. – М: Дело, 2002, 232с.
3. Болотов В.А., Ефремова Н.Ф. Системы оценки качества образования. – М.: Логос. Университетская книга, 2008. – 192 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарики, 1998. — 296 с.
5. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: век XX — век XXI. М. : Экономистъ, 2004. 336с.
6. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. – СПб.: Норинт, 2001. – 1536 с.
7. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: ООО «ИТИ ТЕХНОЛОГИИ», 2003. – 944 с.
8. Шушкин М.А. Стратегия и тактика организации. – Н. Новгород. ННГАСУ, 2009. - 202 с.
9. Экономика. Толковый словарь./ под ред. Осадчая И.М. — М.: "ИНФРА-М", 2000.
10. Янова М.Г., Игнатова В.В. Формирование организационно-педагогической культуры будущего учителя. – Красноярск, КГПУ, 2011. – 250 с.
11. Henry Mintzberg The Fall and Rise of Strategic Planning. - Harvard Business Review, Reprint 94107, 1994.

Рецензенты:

Шерайзина Р.М., д.п.н., профессор, зав. кафедрой профессионального педагогического образования и социального управления, ИНПО, НовГУ, г. Великий Новгород;

Петряков П.А., д.п.н., доцент, зав. кафедрой педагогики, технологии и ремесел, ИНПО, НовГУ, г. Великий Новгород.