

## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРУКТУРНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ВУЗА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**Пашина А. В., Петрова О. А.**

*ФГБОУ «Тюменский государственный нефтегазовый университет», Тюмень, Россия (625000, г. Тюмень, ул. Володарского, д. 38, e-mail: pashina14@mail.ru*

**Иновация становится основополагающим понятием постиндустриальной экономики, развитие которой во многом обусловлено всё ускоряющимся темпом научно-технического прогресса. Вуз является важным элементом инновационной экономики, площадкой для разработки и внедрения инновационных проектов. В статье дано авторское толкование термина «инновация», проведен анализ инновационного проекта, реализованного в одном из структурных подразделений вуза – на кафедре Иностранных языков. Сформулированы цель и задачи проекта, одна из которых – повышение международной коммуникативной активности профессорско-преподавательского состава. В работе приведены результаты SWOT-анализа, анализа федерального и регионального рынка перевода специализированных текстов, анкетирования преподавательского состава. Обозначены условия успеха реализации проекта: активное использование всех ресурсов образовательного учреждения, развитие взаимовыгодных межструктурных связей, выработка стратегии продвижения услуг на внешнем рынке.**

**Ключевые слова:** инновация, инновационная деятельность, конкурентоспособность, рынок образовательных услуг, рынок переводческих услуг.

## **AN INNOVATIVE ACTIVITY OF A STRUCTURAL SUBDIVISION IN AN INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION AS AN IMPROVING FACTOR OF ITS COMPETITIVENESS**

**Pashina A. V., Petrova O. A.**

*Tyumen State Oil and Gas University, 38 Volodarskoy Street, Tyumen, 625000, Russian Federation; e-mail: pashina14@mail.ru*

**An innovation becomes the basic concept of the post-industrial economy which developing is mostly determined by accelerating rates of scientific-and-technological advance. A higher educational institution is one of the most important elements of innovative economy, a testing area for design and implementation of the innovative projects. In the article there are the author's interpretation of the term "an innovation" and the analysis of the innovative project which is implemented by one of the structural subdivisions of the higher educational institution - the Chair of the foreign languages. The goal and objectives of the project are formulated, one of these targets – the improving of international communicative activity of the teaching staff. In this work the results of the SWOT-analysis, the analysis of the federal and regional market of the of the specialized texts' translation, the questionnaire survey of teaching staff are given. The requirements of the project's success are active using of all the educational institution's recourses, the development of mutually profitable interdepartmental relationships and the formulating the strategy of promotion servants on the external market.**

**Keywords:** an innovation, innovative activity, competitiveness, the market of educational services, the market of translation services.

Иновация становится основополагающим понятием постиндустриальной экономики, развитие которой во многом обусловлено всё ускоряющимся темпом научно-технического прогресса. Однако терминологический аппарат инноватики, всё чаще выделяемой в отдельную междисциплинарную область знаний, находится в стадии становления.

Термин «инновация» происходит от латинского *novatio*, что означает «обновление» (или «изменение»), и приставки *in*, которая переводится с латинского как «в направлении», т.е. дословно *innovatio* – «в направлении изменений» [1]. Большинство исследователей соотносят дату появления этого термина с публикациями трудов Й. Шумпетера в начале XX столетия. Автор представлял экономическое развитие как последовательность восходящих

пульсаций, обусловленных распространением соответствующих кластеров взаимосвязанных изобретений. Главная внутренняя причина экономического развития связана с творчеством человека, а новаторы-предприниматели – это те, кто способен трансформировать новые идеи в эффективные экономические решения. По Й. Шумпетеру, инновация – это изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных средств, рынков и форм организации в промышленности [5].

В современной научной литературе существует множество толкований термина «инновация»: ее отождествляют с процессом (действием, совокупностью мероприятий, деятельностью, вложением средств); конечным результатом, или же рассматривают одновременно и в качестве процесса, и в качестве конечного результата.

Правовое закрепление понятийный аппарат в области инновационной деятельности получил лишь с вступлением в силу Федерального закона от 21.07.2011 года № 254-ФЗ «**О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике»**». В статье 2 Главы V, посвященной государственной поддержке инновационной деятельности, введены ключевые категории инноватики:

**Инновации** – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях.

**Инновационный проект** – комплекс направленных на достижение экономического эффекта мероприятий по осуществлению инноваций, в том числе по коммерциализации научных и (или) научно-технических результатов.

**Инновационная деятельность** – деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности [4].

Обобщая различные толкования, **инновацию** можно определить как конечный результат инновационной деятельности, направленной на практическое внедрение новшества, целью которого является достижение определенного эффекта (экономического, социального, научно-технического, экологического) субъектами инновационной деятельности.

Само понятие «инновация» концептуально связано с представлениями о постиндустриальном обществе, в котором главной ценностью становится информация, а ведущей компетенцией – способность генерировать и успешно реализовать новое знание.

Вуз является важным элементом инновационной экономики. Помимо подготовки высококвалифицированных специалистов для наукоемких отраслей промышленности,

современный университет становится площадкой для разработки и внедрения инновационных проектов, повышающих его конкурентоспособность, определяемую как способность выступать на внешнем и внутреннем рынке образовательных услуг в условиях прямой и косвенной конкуренции, разрабатывая новшества, целью которых является удовлетворение потребностей социума.

В Федеральном законе от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (статья 103) закреплено право образовательных организаций высшего образования на практическое применение (внедрение) результатов интеллектуальной деятельности [4]. Исследование научной литературы по данному вопросу, а также анализ опыта работы инновационных проектов на базе ТюмГНГУ позволяет говорить о том, что в настоящее время инновационный менеджмент в сфере высшего образования находится на стадии становления.

Как правило, инновационную деятельность вуза связывают с работой научно-технических подразделений, однако при введении определенных управленческих новшеств, дополнительную прибыль способно приносить и структурное подразделение гуманитарного блока.

Процессы глобализации приводят к необходимости повышения иноязычной коммуникативной компетентности сотрудников, а также росту спроса на качественный перевод специализированных текстов. Задачи, поставленные перед отечественным научным сообществом и сформулированные правительством в «Стратегии инновационного развития на период до 2020 года», обеспечивают увеличение спроса на доступный высококачественный перевод специализированных текстов: «доля российских исследователей в общемировом числе публикаций в научных журналах повысится до 3 % в 2020 году (в 2010 году – 2,13 %); число цитирований в расчете на одну публикацию российских исследователей в научных журналах, индексируемых в WEB of Science, повысится до 2,1 ссылок в 2020 году (в 2006 году – 1,51 ссылки на статью)» [2].

Стремление обеспечить конкурентоспособность образовательной организации по указанным критериям привело к разработке и реализации инновационного проекта «Лингвистическая лаборатория» на базе кафедры Иностранных языков ТюмГНГУ.

**Цель проекта:** разработка эффективных методик и формирование навыков межкультурной коммуникации в рамках гуманизации и социального взаимодействия с представителями иных языковых культур, ориентированных на их практическое применение.

### Задачи проекта:

1. Предоставление услуг по изучению английского, немецкого и французского языков для желающих разных возрастных категорий с возможностью привлечения иностранных педагогических кадров;
2. Осуществление перевода документов всех типов сложности и их нотариальное заверение;
3. Предоставление услуг синхронного и письменного перевода, гида-переводчика на территории Тюменского региона и в странах изучаемого языка (по запросу).

Лингвистическая лаборатория осуществляет образовательно-коммерческую деятельность по направлениям:

- обучение слушателей основам устного и письменного общения в области английского, немецкого, французского языков;
- осуществление синхронного перевода, письменного перевода научных текстов и деловой документации;
- сопровождение лиц для участия в международных конференциях, симпозиумах и семинарах.

Целевая группа проекта – это старшее школьное звено (10–17 лет), студенты вузов (18–22), взрослые (от 22 и старше), включая профессорско-преподавательский состав вуза, юридические лица (организации и компании).

Деятельность структурного подразделения кафедры Иностранных языков образовательной организации ТюмГНГУ по реализации проекта «Лингвистическая лаборатория» признана инновационной, так как предполагает коммерческую реализацию ряда методологических и управленческих нововведений, целью которых является предоставление востребованных услуг, не входящих в традиционный перечень функций структурного подразделения вуза.

Для определения сильных и слабых сторон реализации проекта «Лингвистическая лаборатория», проведен SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице 1.

**Таблица 1**

#### SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
Стоимость предлагаемых образовательных услуг и услуг по переводу Лингвистической лабораторией ниже, чем эквивалентные услуги, предлагаемые организациями на Тюменском	Сложность в привлечении сторонних (иностранных) преподавателей для реализации программ

рынке	
Использование существующей инфраструктуры (материальной базы) университета для реализации поставленных целей и задач	Трудности в прогнозировании численности потенциальных потребителей
Наличие компетентного кадрового состава, способного реализовывать различные образовательные программы и осуществлять переводческую деятельность	
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
Повышение международной научной и образовательной мобильности ППС и студентов ТюмГНГУ	Недобор слушателей по реализуемым образовательным программам
Расширение спектра образовательных программ по направлению: «профессионально-ориентированный иностранный язык» с учетом основных направлений региона	Высокая конкуренция по данным направлениям на Тюменском рынке

В рамках данного исследования для выявления внутреннего спроса на услуги Лингвистической лаборатории было проведено анкетирование преподавателей различных структурных подразделений ТюмГНГУ. Данные опроса показали, что потребность в переводе с/на иностранных/-е языков/-и среди ППС достаточно высока – 70 % сотрудников, занимающихся научной деятельностью, нуждаются в переводе текстов с иностранных языков на русский, а также с русского языка на английский. В большей степени опрошенные преподаватели заинтересованы в доступном переводе с русского на английский язык (80 %). При этом приемлемая цена перевода, по мнению респондентов, не должна превышать 500 рублей за 1 стандартную страницу печатного текста. Цены Лингвистической лаборатории на 20–30 % ниже среднерыночных, а в ряде позиций у структурного подразделения вуза нет конкурентов. Низкая цена на услуги связана с меньшими затратами на арендную плату и фиксированной оплатой труда сотрудников.

В ходе анализа федерального и регионального рынка перевода специализированных текстов; выявлено: данный сегмент свободного рынка характеризуется низким качеством оказываемых услуг, которое связано с недостаточной квалификацией исполнителей и отсутствием единых стандартов. Несмотря на достаточно серьезную конкуренцию на рынке предоставления данной услуги, структурное подразделение государственного вуза имеет ряд

преимуществ. Имя одного из крупнейших государственных вузов города является успешным брендом на рынке образовательных услуг нашего региона. Обширный штат сотрудников создает стабильность и непрерывность учебного процесса. Кроме того, специфика работы в нефтегазовом университете предполагает специализацию языковой подготовки преподавателей по различным востребованным в настоящее время направлениям (IT-технологии, нефтедобыча, экономика ТЭК, машиностроение и т.д.). Оказание услуг по изучению иностранного языка с учетом специфики нефтегазовой отрасли повышает конкурентоспособность кафедры Иностранных языков ТюмГНГУ на рынке, так как подобных услуг коммерческие центры обучения иностранным языкам г. Тюмени не оказывают.

Для повышения конкурентоспособности услуг перевода на иностранный язык/ с иностранного языка необходимо: разработать единый стандарт перевода; привлекать носителей языка для корректирования переводов с русского языка на иностранный язык. В пределах ТюмГНГУ необходимо налаживать межструктурные связи, предполагающие выполнение экспертного редактирования переводов специализированных технических текстов с иностранных языков на русский язык.

Следует вести активную рекламную кампанию по привлечению как внутренних, так и внешних клиентов. Использовать доступные рекламные средства – баннеры на здании университетских корпусов, распространение плакатов, листовок и календарей с информацией об услугах Лингвистической лаборатории за пределами университета.

Таким образом, в условиях модернизации системы высшего образования России успешная инновационная деятельность структурного подразделения вуза, направленная на повышение его конкурентоспособности, возможна при соблюдении ряда условий: повышения качества оказываемых услуг за счет привлечения высококвалифицированных специалистов и непрерывного обучения штатных сотрудников, активного использования всех ресурсов образовательного учреждения, развития взаимовыгодных межструктурных связей и выработки четкой стратегии продвижения услуг на внешнем рынке.

### **Список литературы**

1. Владимиров А. И. Об инновационной деятельности вуза. – М.: ООО «Издательский дом Недра», 2012. – 72 с.
2. Стратегия инновационного развития РФ до 2020 года //ИА «ГАРАНТ»: [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/#ixzz30Tm67gbF> (дата обращения: 17.02.2015).

3. Пашина А. В., Петрова О. А. Эффективность инновационной деятельности структурного подразделения вуза // Новые технологии – нефтегазовому региону: материалы Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Том II. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2014. – 343-345.

4. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12. 2012 № 273-ФЗ. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/> – (дата обращения: 16.02.2015).

5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Директ-Медиа, 2007. – 400 с.

**Рецензенты:**

Килин П. М., д.э.н., профессор кафедры экономики, организации и управления производством ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет», г. Тюмень;

Пчелинцева И., д.п.н., профессор, заведующая кафедрой иностранных языков ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет», г. Тюмень.