

И. Б. Стрелкова

Белорусская сельскохозяйственная библиотека
имени И. С. Лупиновича НАН Беларуси, Минск

I. B. Strelkova

The Belarusian agricultural library named after I. S. Lupinovich
of the National Academy of Sciences of Belarus, Minsk

УДК 378.4:001.32

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ: БРЕНД УЧЕНОГО КАК СОЗДАНИЕ ЦЕННОСТИ

INTANGIBLE ASSETS OF THE EDUCATIONAL INSTITUTION: THE SCIENTIST AS BRAND VALUE CREATION

В статье рассматривается роль нематериальных активов учреждения образования в повышении его конкурентоспособности. Представлена специфика современных концепций кадрового менеджмента, лежащих в основе философии управления нематериальными активами организации. Приведены примеры ассоциативной связи результата индивидуализации ученого в профессии/науке с его персональным брендом. Показано влияние качественного совокупного интеллектуального ресурса организации и персональных брендов ученых как важнейшей его составляющей на деловую репутацию учреждения образования и перспективы развития.

Ключевые слова: учреждение образования; нематериальные активы; интеллектуальные ресурсы; формирование персонального бренда ученого; публикационная активность; инвестиции в нематериальные активы; управление развитием интеллектуального ресурса.

The article considers the role of intangible assets educational institutions to increase its competitiveness. The specificity of the modern concepts of personnel management, the underlying management philosophy of the intangible assets of the organization. Examples of associative links of the result of the individualization of the scientist in the profession/science with his personal brand. Shows the influence of total quality intellectual resource of the organization and personal brands of scientists as the most important component of the reputation of the educational establishment and perspectives of development.

Keywords: educational institution; intangible assets; intellectual resources; the formation of a personal brand of the scientist; publication activity; investments in intangible assets; managing the development of intellectual resources.

Переосмысление приоритетов образования, смена парадигмы подготовки специалистов в соответствии с запросами общества, оценка объема и уровня научно-исследовательской деятельности, осуществляемой университетским научным сообществом, являются в настоящее время признанными критериями эффективности деятельности учреждения высшего образования (УВО) и выступают как аргумент и обоснование для начала или завершения перемен, трансформации, обновления или реформы системы образования. Республика Беларусь уже прошла определенный этап реформирования образования: разработаны образовательные стандарты третьего поколения на основе компетент-

ностного подхода; вступил в силу Кодекс об образовании [1]; принимаются дополнения и рекомендации по реализации Кодекса в системе высшего образования, дополнительного профессионального образования взрослых и др. Происходит постепенная интеграция УВО страны с международным научно-информационным коммуникативным пространством, ориентиром к чему служат разработанные Министерством образования Республики Беларусь [2] критерии и показатели оценки результативности УВО, среди которых: публикационная активность, позиция УВО в международных рейтингах (QS/SIR/Webometrics), ссылки на сайт университета, количество размещенных на нем материалов (прежде всего объем и востребованность институционального репозитория), цитируемость научных трудов профессорско-преподавательского состава. Все это позволяет утверждать, что интеллект и профессионализм ученых, совокупность их знаний, брендовая составляющая, интеллектуальная собственность учреждения образования, а также деловая репутация организации (гудвилл) могут рассматриваться в качестве ее нематериальных активов. При этом «нематериальные активы высшей школы подразумевают двойную направленность: во-первых, генерируют интеллектуальные ресурсы для внешнего окружения, во-вторых, при надлежащем развитии внутри учреждения обеспечивают экономический рост и конкурентные преимущества» [3, с. 116].

Нам представляется, что создание конкурентных преимуществ учреждения образования возможно только при условии постоянных инвестиций со стороны руководства в так называемые нематериальные активы организации. Примером может служить успешный опыт по разработке и реализации системы морального поощрения и материального вознаграждения за разработку электронных учебно-методических комплексов, публикации в престижных научных рецензируемых журналах и т. п. профессорско-преподавательского состава ведущих российских университетов – Высшей школы экономики (г. Москва), Академии «Международный университет бизнеса и новых технологий» (МУБиНТ) (г. Ярославль) и др.

Известно, что менеджеры крупных зарубежных компаний при подборе партнеров для долгосрочного сотрудничества исходят из того, что интеллектуальный капитал организации должен составлять не менее 40 % в общей структуре капитала, и только такая организация может считаться перспективной [4, с. 9]. Специалисты единодушны в том, что «...именно человеческий капитал, а не заводы, оборудование и производственные запасы являются краеугольным камнем конкурентоспособности, экономического роста и эффективности» (цит. по [4, с. 9]).

В связи с этим интерес представляет, на наш взгляд, изучение специфики современных концепций кадрового менеджмента (теория человеческого капитала, концепция развития человеческих ресурсов, концепция управления персоналом, концепция управления человеческими ресурсами, концепция развивающего управления персоналом и др.), лежащих в основе философии управления нематериальными активами организации. Анализ специальной литературы показал, что в центр всех данных концепций ставится человек, основное их отличие состоит в специфическом подходе к рабочей силе как ресурсу.

В наиболее общем виде *теория управления человеческими ресурсами* рассматривает такое направление управленческой деятельности, в котором персонал организации выступает одним из важнейших ресурсов ее успешного функционирования и развития, фактором ее эффективности и роста, средством достижения стратегических целей организации (цит. по [5, с. 17]). Значительное место в данной теории отводится рассмотрению трудовой мотивации в контексте использования на уровне организации для достижения стоящих перед ней целей; мотивации как средству сближения целей, потребностей и интересов работников и работодателей, как инструменту повышения общей эффективности управления людьми, поскольку «только сочетание сильной трудовой мотивации и профессионального мастерства обеспечивают достижение результата» (цит. по: [5, с. 17]). Данная концепция рассматривает персонал в целом и каждого человека в отдельности как достояние организации, как важный стратегический ресурс, которым необходимо эффективно управлять, вкладывая в его развитие немалые средства. Возможности эффективного использования человеческих ресурсов связываются с новой политикой в отношении персонала, направленной на удовлетворение потребностей и интересов специалистов, с социальным партнерством, ориентацией на увязывание личных и общеорганизационных целей.

Особый подход к управлению представляет собой *теория человеческого капитала*, разработанная Т. Шульцем и Г. Беккером, получившими за ее разработку Нобелевские премии в области экономики в 1979 г. и 1992 г. «Человеческий капитал – это имеющийся у каждого запас знаний, навыков, мотиваций. Инвестициями в него могут быть образование, накопление профессионального опыта, охрана здоровья, географическая мобильность, поиск информации» (цит. по [5, с. 18]). При этом увеличение накопленного человеческого капитала, порожденное инвестициями, является главным фактором экономического развития. По мнению специалистов, человеческий капитал – наиболее ценный ресурс современного общества, стоимость которого необходимо научиться измерять, поскольку «... сам факт его оценки будет способствовать изменению взглядов руководителей, их подходу к человеческому капиталу не просто как к издержкам, а как к активам компании, которые нужно грамотно использовать» (цит. по [5, с. 18]). Как и в теории управления человеческим ресурсами, такой элемент, как мотивация, является очень важным и необходимым для того, чтобы процесс формирования, накопления, использования, инвестирования человеческого капитала носил полностью заверченный характер. Таким образом, современные исследования ученых (П. П. Васильев, К. В. Гуменников, А. И. Добрынин, С. А. Дятлов, О. В. Киселёва, Г. В. Чудинов и др.) доказывают, что благодаря идеям, заложенным в теории человеческого капитала, изменилось отношение общества к вложениям в человека. «В них научились видеть инвестиции, обеспечивающие производственный, причем долговременный по своему характеру, эффект. Это обеспечило теоретическое обоснование для ускоренного развития системы образования и подготовки кадров во многих странах мира» [6].

Наиболее перспективной, на наш взгляд, является *концепция управления человеческим потенциалом или управления развитием интеллектуального ресурса*, позволяющая увидеть максимально полно «взаимосвязанность таких

факторов, как компетентность персонала, инновационная деятельность, производительность умственного труда и оперативность принятия управленческих решений» [7, с. 336]. Данная концепция в работе с кадрами делает ставку на профессионализм, развитие персонала, проявление ценности каждого сотрудника во всем комплексе его свойств и качеств и его фактической полезности, максимальное использование творческого потенциала сотрудников. Формирование интеллектуального ресурса «представляет собой комплекс мероприятий, включающий не только осознанный и обоснованный набор персонала, но и распределение интеллектуального ресурса по творческим задачам, включая формирование творческих коллективов» [7, с. 282].

В отличие от всех других ресурсов, используемых в организации, интеллектуальные ресурсы имеют ряд важных особенностей. Прежде всего, это «живые ресурсы», наделенные сознанием и интеллектом. В деятельности человека силен духовный, нематериальный аспект, поэтому такие ресурсы требуют индивидуального подхода и особых методов управления. При этом удовлетворенность сотрудников характером взаимодействия с организацией является таким же необходимым условием продолжения этого взаимодействия, как и удовлетворенность организации. Наиболее важным и долговременным источником повышения эффективности деятельности любой организации является способность человека к постоянному совершенствованию и развитию. Единство цели организации и работников, состоящей в стремлении и потребности к развитию, определяет взаимосвязь факторов, методов и принципов управления поведением персонала и составляет сущность концепции управления человеческим потенциалом (цит. по [5, с. 19]). Все это, на наш взгляд, позволяет говорить о возможности использования концепции управления развитием интеллектуального ресурса как системообразующей основы формирования нематериальных активов учреждения образования.

Как показывает практика, уровень предоставления образовательных и информационных услуг, перспективных научных исследований, расширение видов деятельности учреждения образования во многом зависит от интеллекта, профессионализма, целеустремленности, совокупности знаний, опыта, творческих способностей ученых – преподавателей учреждений образования. Соответственно, качественный совокупный интеллектуальный ресурс (знания, профессионализм, интеллектуальная собственность и т. п.) дает возможность учреждению образования проводить эффективные маркетинговые исследования и комплексный анализ внешней и внутренней среды, социально-экономическую оценку нематериальных активов организации, определять инвестиционную привлекательность учреждения образования («чем качественнее нематериальные активы учреждения, тем выше его инвестиционная привлекательность» [3, с. 118]), планировать потенциальную возможность роста доходов учреждения образования и, соответственно, «увеличения финансирования материально-технической базы учреждения в целях оптимизации качества оказываемых услуг образовательного и внеобразовательного характера» [3, с. 118].

Одной из важнейших составляющих нематериальных активов учреждения образования и своеобразных «двигателей» развития является персональный

бренд каждого ученого – результат его индивидуализации в профессии, в науке, зафиксированный какими-либо узнаваемыми в профессиональном пространстве внешними формами и знаками (публикации в профессиональной печати, прежде всего в высокорейтинговых научных изданиях; высокий показатель цитируемости его научных трудов; запоминающиеся выступления на конференциях; публичные лекции, вебинары; реализованные образовательные, научные и иные проекты и др.).

Примером могут служить следующие ассоциации:

- *Ядвига Доминиковна Григорович* – выдающийся белорусский ученый в области педагогики и культурологии, доктор педагогических наук, профессор, бывший ректор (1992–2007 гг.) Белорусского государственного университета культуры и искусств, член-корреспондент Белорусской академии образования, заслуженный работник образования Республики Беларусь;

- *Юрий Николаевич Столяров*¹ – системное видение библиотеки как социального института (классическая четырехэлементная модель библиотеки как системы); оформление библиотечного фондоведения в целостное частное библиотечное ведение; создание всеобщей теории документа и др.;

- *Евгений (Юджин) Гарфилд (Garfield)* – американский ученый, один из основателей библиометрии и наукометрии. В начале 1960-х гг. он предложил оценивать достижения ученых по индексу их цитирования коллегами – Science Citation Index (SCI²) и др.

Далее ассоциации связывают каждую личность – носителя бренда – с тем учреждением образования/науки, которую эта личность представляет. Основными этапами выведения личности на уровень бренда становятся:

- 1) самоопределение со сферой деятельности и своими индивидуальными характеристиками и потребностями;

- 2) выбор среды (целевой аудитории), в которой будет происходить реализация;

- 3) понимание своего конкурентного преимущества (уникальность в определенной области);

- 4) формирование собственной узнаваемости с помощью конкретной деятельности и профессиональной коммуникации.

Особенность формирования бренда ученого – преподавателя учреждения образования – состоит в том, что в основе данного процесса лежат качество и актуальность его научных разработок, коммуникабельность, целенаправленная деятельность по продвижению результатов своих исследований в информационно-образовательном пространстве (прежде всего создание лично-

¹ Ю. Н. Столяров – советский и российский ученый, специалист в области библиотечного ведения, документологии, книговедения, информатики. Главный научный сотрудник Научного центра исследований книжной культуры Российской академии наук.

² SCI – это мультидисциплинарный указатель, в основу которого положена новая и необычная техника индексирования библиографических ссылок, позволяющая не только производить оперативный и многоаспектный поиск, но и проследить применение и развитие научных идей, не соблюдая дисциплинарных границ и снимая семантические ограничения традиционных предметных указателей.

го профиля ученого в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ) на платформе Научной электронной библиотеки elibrary.ru, в Академии Google (Google Scholar), на международных платформах Web of Science (WoS) и Scopus, в «Карте Российской науки» mapofscience.ru; регистрация в международных системах идентификации авторов (Researcher ID, ORCID, Scopus Author ID, SPIN-код в РИНЦ и др.) и публикационная активность ученого). При этом «стартовой точкой в формировании бренда ученого является его принадлежность к определенной научной школе, уважительное отношение к своим предшественникам и способность к воспитанию последователей и учеников» [8, с. 269]. Таким образом, фундамент бренда ученого закладывается с его первых шагов в науке. В дальнейшем наличие бренда «повышает известность его научных достижений в профессиональном сообществе, способствует развитию и становлению ученого путем получения обратной связи от заинтересованных лиц» [8, с. 268].

Очевидно, что процесс самоопределения, самореализации, формирования своей профессиональной «ниши» и персонального бренда становится достаточно успешным, если индивидуальные устремления человека в этом направлении базируются на том, что для него наиболее значимо, интересно, к чему он наиболее предрасположен.

Вместе с тем рейтинг учреждения образования, его известность и репутация зависят от качества нематериальных активов (количество преподавателей с ученой степенью должно составлять не менее 60 % от общего числа профессорско-преподавательского состава; ученые должны иметь значимые достижения в своей области, высокий рейтинг публикационной активности, пользоваться общественным признанием; текучесть преподавательских кадров не должна превышать 40 % за аккредитованный период [10, с. 56]). В современных условиях, когда преимущества организации, достигаемые исключительно использованием финансовых ресурсов, уже не являются конкурентными, формирование и продвижение персонального бренда каждого ученого способствует созданию особой интеллектуальной ценности, превращаясь из абстрактного понятия в потенциал увеличения «стоимости» учреждения образования и его конкурентных преимуществ при построении отношений и влиянии на выбор потребителей, сотрудников, инвесторов, органов государственной власти.

Список использованных источников

1. Кодекс Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс]: от 13 янв. 2011 г., № 243-З: принят Палатой представителей 2 дек. 2010 г.; одобрен Советом Респ. 22 дек. 2010 г. // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь: Компьютерный банк данных проектов законов Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/webnpa/text.asp?RN=Hk1100243>. – Дата доступа: 11.02.2016.
2. В Министерстве образования Республики Беларусь разработаны критерии и показатели деятельности учреждений образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edu.gov.by/main.aspx?guid=18021&detail=82053>. – Дата доступа: 15.02.2016.
3. *Иванова, М. А.* Механизм изменения типа образовательного учреждения под влиянием накопленных нематериальных активов / М. А. Иванова // Науч.-техн. ведомости СПбГПУ. Экон. науки. – 2013. – № 5(180). – С. 115–119.
4. *Лиферов, А. П.* Инвестиции в «человеческий капитал» и конкурентные возможности корпораций / А. П. Лиферов // Психол.-пед. поиск. – 2012. – № 4(24). – С. 7–23.

5. Стрелкова-Зыль, И. Б. Кадровые ресурсы библиотек: теория и практика управления развитием [Текст]: науч.-практ. пособие / И. Б. Стрелкова-Зыль; рец.: Р. С. Мотульский, Э. Р. Сукиасян. – М.: Литера, 2011. – 240 с. – (Современная библиотека).

6. Капелюшников, Р. И. Теория человеческого капитала [Электронный ресурс] / Р. И. Капелюшников. – Режим доступа: <http://www.libertarium.ru/libertarium/10624>. – Дата доступа: 14.02.2016.

7. Лукичева, Л. И. Управление интеллектуальным капиталом: учеб. пособие / Л. И. Лукичева. – 2-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2009. – 551 с. – (Высшая школа менеджмента).

8. Левкин, Г. Г. Бренд преподавателя высшего учебного заведения: основные способы формирования и продвижения [Электронный ресурс] / Г. Г. Левкин, О. М. Гуртовенко // БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ. – 2014. – № 5(78). – С. 268–280.

9. Можайский, В. В. Базовые условия достижения персональной эффективности и формирования личного бренда (часть 2) / В. В. Можайский // Управление развитием персонала. – 2013. – № 4(36). – С. 258–267.

10. Высшая школа: образовательная карьера, выгоды, затраты, критериальная оценка: метод. пособие / М. И. Демчук [и др.]; под общ. ред. М. И. Демчука. – Минск: РИВШ, 2008. – 62 с.

(Дата подачи: 19.02.2016 г.)

Ю. А. Трусъ

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, Минск

Y. A. Trus

Institute of Business and Management of Technology of BSU, Minsk

УДК 37.08 – 159.98

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АРТ-ТЕРАПЕВТИЧЕСКИХ ТЕХНИК В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ АНДРАГОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ СИСТЕМЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

USING THE ART-THERAPEUTICAL TECHNIQUES IN THE PROCESS OF ANDRAGOGICAL COMPETENCY CREATION FOR A TEACHER OF THE SYSTEM OF SUPPLEMENTARY EDUCATION OF ADULTS

В статье рассматриваются вопросы формирования андрагогической компетентности преподавателей, работающих в системе дополнительного образования взрослых. Раскрываются возможности и особенности работы с арт-терапевтическими техниками в этом процессе. Предложены авторские подходы к реализации процедур «коллаж» и «маски» на занятиях с преподавателями-андрагогами.

Ключевые слова: арт-терапевтические техники; андрагогическая компетентность; преподаватель системы дополнительного образования взрослых.

The questions of andragogical competency creation for a teachers of the system of supplementary education of adults are described. The possibilities and the peculiarities of work with these techniques are given. The author's approaches to realization the tools «collage» and «masks» in lessons with teacher-andragogs are offered.

Key words: art-therapeutil techniques; the andragogical competency; a teacher of the system of supplementary education of adults.