

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНІЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**СТРАТЕГІЯ
розвитку Харківського
національного автомобільно-
дорожнього університету
на 2019-2025 роки**

ЗМІСТ

ВСТУП

1. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ

2. МІСІЯ, СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ТА ГОЛОВНІ ЗАВДАННЯ ХНАДУ

ВСТУП

Сучасний етап розвитку вищої освіти характеризується постійними і швидко змінними організаційними та економічними умовами діяльності ВЗО, жорсткою конкурентною боротьбою на ринку освітніх послуг, нечіткою і нестабільною позицією держави щодо вищої школи. Відповідно до умов ринкової економіки підвищилися вимоги до рівня і якості освіти з боку роботодавців, зробивши їх найважливішою характеристикою при оцінці діяльності вищих навчальних закладів у цілому.

Зміни в зовнішньому середовищі вищого навчального закладу потребують адекватної реакції ВНЗ і передусім впровадження організаційно-управлінських інновацій, що включають стратегічне планування; систему збалансованих показників; загальний менеджмент якості; управління проектами та інші управлінські інновації тим більше, що ВНЗ як суб'єкт ринкової економіки має самостійно визначати напрями свого розвитку, цілі та методи їх досягнення, однак погоджуючи з цілями державної політики в галузі освіти.

Розробка стратегії є вкрай важливою, враховуючи сучасні проблеми університетів, на діяльність яких впливає низка чинників: економічні ризики на рівні державного бюджету, несприятлива демографічна ситуація, недостатній рівень підготовки учнів загальноосвітніх шкіл та мотивації абітурієнтів і студентів до опанування сучасних знань.

1. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ХНАДУ

1.1. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища

Стратегічний аналіз виступає найважливішим етапом управління при виробленні ефективної стратегії, забезпечує реальну оцінку власних ресурсів, можливостей та глибоке розуміння зовнішнього конкурентного оточення, а також враховує реальні загрози.

Для формування місії та стратегії розвитку ХНАДУ використано SWOT-аналіз.

Сутність матриці SWOT-аналізу полягає в тому, що є реальна можливість проаналізувати діяльність Університету та його оточення в термінології ділового світу: Університет виробляє власний продукт, має певні ресурси, змагається на певному ринку і займає певну його частину; йому характерний певний виробничий (навчальний) процес, він пов'язаний з ринком праці і так далі. Для кожного з напрямів здійснюється пошук сильних та слабких сторін внутрішнього середовища, можливостей та загроз зовнішнього середовища.

Загальні характеристики сильних і слабких сторін

Сильні сторони (С)	Слабкі сторони (СС)
<ol style="list-style-type: none">1. Наявність стратегічного планування.2. Чітке розуміння прийняття корпоративної системи цінностей.3. Упровадження в навчально-виховний процес інноваційних технологій навчання.4. Створення умов для організації надання всебічної інтегрованої допомоги науково-педагогічним працівникам в удосконаленні їх професійного рівня.5. Стан наукових розробок.6. Використання елементів дистанційної форми навчання.7. Відповідність кваліфікації викладацького складу стратегічним цілям.8. Наявність спеціалізованих вчених рад.	<ol style="list-style-type: none">1. Високий рівень конкуренції на регіональному ринку.2. Слабка мотивація абітурієнтів до навчання.3. Відносини адміністративних служб і інших структурних підрозділів.4. Зниження престижу та іміджу Університету.5. Відсутність ефективною платформи онлайн-навчання.6. Надмірне навантаження викладачів.7. Партнерство з іноземними ВНЗ.8. Моніторинг ринкового попиту на освітні послуги.

1.2. Аналіз конкурентних позицій ХНАДУ

Для аналізу конкурентних позицій скористаємося даними рейтингу вищих навчальних закладів Харкова (Інформаційний ресурс "Освіта.ua" представляє вузи Харкова та Харківської області, що посіли найвищі місця в консолідованому рейтингу вищих навчальних закладів України 2018 року).

Оцінка конкурентних позицій ХНАДУ серед ВЗО м. Харків

Назва навчального закладу	Місце	Місце у загальному рейтингу	ТОП 200 Україна	Scopus	Бал ЗНО на контракт	Підсумковий бал
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна	1	2	3	2	10	15
Національний фармацевтичний університет	2-3	14-15	20	31	34	85
Харківський національний медичний університет	2-3	14-15	31	25	29	85
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»	4	16	4	10	79	93
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»	5	19	11	21	68	100
Харківський національний університет радіоелектроніки	6	20	23	20	58	101
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця	7	40	52	98	28	178

Назва навчального закладу	Місце	Місце у загальному рейтингу	ТОП 200 Україна	Scopus	Бал ЗНО на контракт	Підсумковий бал
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого	8	42	16	149	23	188
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди	9	69	100	70	100	270
Харківський національний університет Повітряних Сил імені Івана Кожедуба	10	76-77	22	74	201	297
Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова	11	80-82	95	75	133	303
Харківський національний автомобільно-дорожній університет	12	101-102	54	73	201	328
Український державний університет залізничного транспорту	17	122	91	106	167	364
Харківський національний університет будівництва та архітектури	18	124-125	94	135	140	369

Загалом позиції ХНАДУ серед навчальних закладів Харкова є досить міцними (12 місце серед 30 закладів). Отже, на підставі аналізу конкурентів можна сформулювати такі висновки: по-перше, необхідно працювати в напрямку підвищення якості підготовки студентів, щоб підвищити рівень задоволеності роботодавців випускниками ХНАДУ, а також підвищити рівень оцінки випускниками власних знань і зробити випускників більш затребуваними і конкурентоспроможними на ринку праці. По-друге, необхідно займатися просуненням ХНАДУ у віртуальному просторі різних мереж.

2. МІСІЯ, СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ТА ГОЛОВНІ ЗАВДАННЯ ХНАДУ

МІСІЯ

Розвиток ХНАДУ як вищого закладу освіти нового типу, що здійснює підготовку конкурентоспроможного покоління фахівців у галузі автомобільного транспорту та дорожнього господарства з креативним мисленням, здатних створювати нові знання; формує комплексне вирішення проблем автомобільно-дорожньої галузі шляхом поєднання освіти, науки й інновацій, інтеграції до світового освітньо-наукового простору. Створення атмосфери для самовдосконалення викладачів, співробітників і студентів з урахуванням особистого покликання і поваги до людини, змін у навколишньому світі.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ

1. Відповідність освітньої діяльності сучасним світовим стандартам якості, забезпечення потужної практичної складової і завдяки цьому успішного працевлаштування випускників на сучасних ринках праці.

2. Лідерство на українському науковому просторі у фундаментальних та прикладних дослідженнях проблем автомобільного транспорту та дорожньої галузі; формування потенціалу комерціалізації результатів на національному та світових ринках науково-технічних розробок.

3. Формування та розвиток університетського менеджменту на сучасних інформаційно-комп'ютерних технологіях на принципах гнучкості, дебюрократизації, проектної орієнтації.

4. Підвищення іміджу та удосконалення бренду ХНАДУ за рахунок використання маркетингових комунікацій. Розвиток матеріально-технічного, фінансового та ресурсного забезпечення освітньо-наукового процесу в університеті.

ГОЛОВНІ ЗАВДАННЯ

1. *Відповідність освітньої діяльності сучасним світовим стандартам якості, забезпечення потужної практичної складової і завдяки цьому успішного працевлаштування випускників на сучасних ринках праці.*

✓ Удосконалення існуючих та створення нових напрямів освітньої, наукової та інноваційної діяльності у відповідності до новітніх досягнень і тенденцій розвитку освіти і науки в світі.

✓ Створення умов для формування сучасного науково-педагогічного кадрового потенціалу, впровадження дієвої системи перепідготовки кадрів.

✓ Системна робота на міжнародному ринку освітніх послуг, пошук партнерів для виконання досліджень та розробки наукових проектів і технологій.

✓ Визначення збалансованої структури та обсягу підготовки фахівців за відповідними галузями та спеціальностями.

✓ Створення нових стандартів освіти, залучення до процесу формування інноваційних програм вищої освіти за рівнями та спеціальностями дослідників, фахівців-практиків та роботодавців, враховуючи міждисциплінарний підхід до формування змісту начального процесу університету на підставі суб'єкт-суб'єктної методології освіти.

✓ Розвиток системи безперервної освіти, нових підходів до надання освітніх послуг студентам для більш повного розкриття їх особистісного потенціалу; здійснення навчання студентів за індивідуальною траєкторією.

✓ Розробка внутрішніх нормативних документів стосовно функціонування й розвитку системи забезпечення якості освітньої діяльності університету.

✓ Впровадження ефективної системи залучення до університету талановитих і мотивованих абітурієнтів.

✓ Створення системи технологій гібридного поліваріативного навчання для підвищення якості знань, зміцнювання наукової основи освіти,

отримання необхідних компетенцій, що найбільшою мірою відповідають запитам студентів, роботодавців і суспільства.

2. Лідерство на українському науковому просторі у фундаментальних та прикладних дослідженнях проблем автомобільного транспорту та дорожньої галузі; формування потенціалу комерціалізації результатів на національному та світових ринках науково-технічних розробок.

✓ Розвиток системи комерціалізації результатів наукової та науково-технічної діяльності.

✓ Підготовка докторів філософії та докторів наук відповідно на третьому і четвертому рівнях вищої освіти, розвиток науково-педагогічного потенціалу ХНАДУ та активна участь у підготовці наукових кадрів для вищих навчальних закладів України;

✓ Забезпечення участі науковців у дослідженнях, в тому числі в системі міжнародного наукового обміну;

✓ Впровадження наукових результатів у навчальний процес, залучення відомих іноземних професорів до викладання і досліджень в ХНАДУ;

✓ Залучення студентів до наукової діяльності різних форм та видів.

3. Формування та розвиток університетського менеджменту на сучасних інформаційно-комп'ютерних технологіях на принципах гнучкості, дебіюрократизації, проектної орієнтації.

✓ Формування нової корпоративної культури університету шляхом розвитку моральних, культурних і наукових цінностей, застосування механізмів «вимушеної позитивної взаємодії».

✓ Реорганізація системи управління, фінансування та менеджменту освіти шляхом доцільної децентралізації, дерегуляції, запровадження організаційної та фінансової автономії підрозділів університету, дотримання принципу їх відповідальності за результати діяльності.

✓ Запровадження інтегрованої системи електронного управління освітньою, науковою діяльністю, фінансовими та кадровими ресурсами (електронний документообіг).

✓ Запровадження проектної системи управління основними сферами університетського життя (розподіл бюджету університету за проектами).

✓ Розвиток студентського і громадського самоврядування. Реформування системи організації проживання студентів.

4. Підвищення іміджу та удосконалення бренду ХНАДУ за рахунок використання маркетингових комунікацій. Розвиток матеріально-технічного, фінансового та ресурсного забезпечення освітньо-наукового процесу в університеті.

✓ Залучення професійних організацій для проведення модернізації і редизайну сайту університету з урахуванням його подальшого просування.

✓ Створити можливість проведення віртуальної екскурсії по університету, можливо віртуальної присутності на аудиторних заняттях.

✓ Внутрішня і зовнішня оптимізація і просування сайту університету в пошукових системах (SEO оптимізація) по заздалегідь відібраним запитам (за спеціальностями, по факультетах).

✓ Використання соціальних мереж для роботи з абітурієнтами, студентами, викладачами. З цією метою використовувати SMM просування, тобто створення спільнот і просування їх в таких соціальних мережах, як Facebook, Linkedin, Telegram, Twitter, Google+, Youtube.

✓ Використання банерної реклами ХНАДУ на сайті «Вступ інфо».

✓ Налагодження інтерактивної взаємодії зі школами м.Харкова і Харківської області (обмін інформацією між сайтами університету та шкіл та шкільними соцмережами та ін.).

✓ Розвиток матеріально-технічної бази навчального процесу та наукових досліджень, оснащення сучасним мультимедійним обладнанням і технічними засобами.