

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Официальные** сетевые ресурсы Президента России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/51001>. – Дата доступа: 11.02.2017.
2. **Официальный** сайт ФГБОУ ВО «ОрелГУЭТ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://orelgiet.ru/public/Missiya\\_OrelGUET/](http://orelgiet.ru/public/Missiya_OrelGUET/). – Дата доступа: 11.02.2017.
3. **Azim Premji Foundation** [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.azimpremjifoundation.org>. – Date of access: 15.02.2017.
4. **Building on Recovery: Infrastructure and Capital Investment 2016–2021 / Department of Public Expenditure and Reform** [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.bing.com>. – Date of access: 11.02.2017.
5. **Latin American Economic Outlook 2016** [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.latameconomy.org>. – Date of access: 14.02.2017.

## ЗАДАЧИ МЕНЕДЖМЕНТА В БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИИ

**Гончерёнок Диана Георгиевна**

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, Республика Беларусь  
[Goncherenokdg@sbmt.by](mailto:Goncherenokdg@sbmt.by)

За последние годы понятие «бизнес-образование» прочно вошло в научный оборот и интерпретируется как область образовательного процесса, носящая междисциплинарный характер и востребованная на рынке образовательных услуг.

Управление в системе бизнес-образования подразумевает следующее:

- ориентацию вуза на потребности рынка и запросы конкретных потребителей;
- организацию оказания таких видов образовательных услуг, которые позволят получить прогнозируемую прибыль;
- постоянное стремление к повышению эффективности образовательной деятельности, к достижению желаемых результатов с наименьшими затратами;
- хозяйственную самостоятельность, которая обеспечивает свободу принятия решений лицам, ответственным за конечный результат деятельности вуза;
- постоянную корректировку целей и программ в зависимости от требований рынка;
- выявление конечного результата деятельности вуза;

– всестороннее использование современной информационной базы при принятии оптимальных решений.

Управление в бизнес-образовании – это осуществление комплекса мероприятий, являющихся механизмом реализации поставленных задач. Управление бизнес-образованием ориентировано на реформирование содержания обучения, изменение учебно-методического обеспечения и трансформацию организационной структуры учебных заведений.

Главной задачей менеджмента в системе бизнес-образования является организация оказания образовательных услуг с учетом интересов потребителей на основе имеющихся материальных и трудовых ресурсов и обеспечение рентабельности деятельности вуза и его устойчивого положения на рынке образовательных услуг. Один из механизмов реализации этой стратегии – социальное партнерство между образовательными учреждениями, работодателями, органами власти и другими заинтересованными сторонами. В результате их взаимодействия вуз получает ряд преимуществ, среди которых – положительная динамика трудоустройства выпускников и их востребованность на рынке труда; повышение конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг; увеличение внебюджетного финансирования за счет диверсификации образовательных услуг; реализация совместных коммерческих проектов; организация практики для студентов и стажировки преподавателей на предприятиях; упрощение доступа к информации о рынке труда для выбора нового профиля подготовки.

Можно выделить три этапа, характерных для любого случая развития конструктивного сотрудничества: подготовительный, организационный и системообразующий.

Целью подготовительного этапа является осознание руководством вуза необходимости установления нового типа взаимодействия с рынком труда, оценки собственного потенциала. Важной составляющей этого этапа является мотивация всего коллектива вуза к выполнению трудоемкой работы по формированию устойчивой системы сотрудничества с различными категориями социальных партнеров.

На организационном этапе определяются формы социального партнерства и формируется круг потенциальных партнеров вуза.

На системообразующем этапе формируется система социального партнерства через объединение его отдельных элементов. Взаимодействие вуза с заинтересованными сторонами выводится на технологический уровень.

В этой сфере существуют три основные проблемы. Во-первых, нужно переформатировать сам процесс, вовлекая профессиональное образование в бизнес, а не наоборот. Это позволит выпускнику вуза предло-

жить свои услуги на рынке труда на максимально выгодных условиях. Во-вторых, необходимо осознание самим бизнесом привлекательности инвестиций в сферу образования и получения дивидендов не только в виде профессионально обученных кадров, но и реально осязаемой прибыли. Вопрос ставится так: возможна ли такая позиция бизнеса, которая формулировала бы свое отношение к профессиональному образованию как сфере инвестиционных вложений? В-третьих, существует явная потребность построить механизм заказа, то есть определить характер тех нужд, которые есть у бизнеса.

От конструктивного партнерства вузов и работодателей, являющихся главными заказчиками и потребителями образовательных услуг, во многом будет зависеть качество и конкурентоспособность образования, эффективность его модернизации. Участие именно работодателей в совершенствовании бизнес-образования может концентрироваться на четырех направлениях: разработка механизмов взаимодействия работодателя с вузами; придание нового импульса негосударственному сегменту образования; формирование и развитие саморегулирующихся организаций, которые могли бы координировать взаимодействие работодателя и системы образования; решение стратегических вопросов государственной политики в сфере образования.

Конструктивное сотрудничество вузов с представителями бизнеса позволит укрепить их позиции на рынке труда, поддержать развитие и функционирование бизнеса, совершенствовать систему образования и сделать партнерство взаимовыгодным для реализации совместных целей и задач.

Еще одна задача в системе бизнес-образования – это развитие бенчмаркинга. Необходимость постоянно поддерживать и поднимать уровень конкурентоспособности заставляет руководителей, в том числе в сфере образования, осваивать современные инструменты управления, позволяющие совершенствовать качество выпускаемых продуктов и услуг, процессов, систем управления. Суть бенчмаркинга заключается в сравнении своих показателей с показателями организаций-конкурентов и организаций-лидеров, а также в изучении и применении успешного опыта других у себя в организации.

Опыт лучших вузов, используемые ими подходы и методы управления бизнес-образованием должны генерироваться в базе данных лучшей практики. Эта информация должна быть доступна для всех организаций, стремящихся к совершенствованию своей деятельности.