

Д. Г. Гончерёнок, старший преподаватель
Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь

БИЗНЕС И ОБРАЗОВАНИЕ: ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИНТЕГРАЦИИ

Областью пересечения интересов вузов и работодателей является квалификация выпускников, их готовность к инновационной профессиональной деятельности и карьерному росту. Возможность взаимодействия заключается в активном участии вузов в мероприятиях по повышению конкурентоспособности и потенциала роста компаний, а также в совместном создании бизнес-инкубаторов.

Ключевые слова: *аутсорсинг, научно-образовательный центр, профессиональные стандарты, компетенции, образовательные стандарты*

D. G. Goncharenok, senior lecturer
School of Business of BSU, Minsk, Belarus

BUSINESS AND EDUCATION: POSSIBLE WAYS OF INTEGRATION

Area of crossing of interests of high schools and employers is qualification of graduates, their readiness for innovative professional work and career growth. Interaction possibility consists in active participation of high schools in actions for increase of competitiveness and potential of growth of the companies, and also in joint creation of business incubators.

Keywords: *outsourcing, the scientifically-educational centre, professional standards, the competence, educational standards*

Актуальность расширения сотрудничества с бизнесом совершенно очевидна для вузов. Это и возможные дополнительные средства, и профессиональный рост преподавателей, и повышение конкурентоспособности выпускников на рынке труда, и как следствие конкурентное преимущество в соревновании за абитуриентов. Но для чего это нужно бизнесу? Существует два аспекта: выживание и выгода. Известны примеры, как в условиях глобализации погибали целые отрасли промышленности отдельных стран, не выдерживая борьбы с более технологически продвинутыми конкурентами. Всякой компании, действующей на рынке товаров и услуг, чтобы иметь конкурентное преимущество необходимо постоянно заботиться о самом передовом состоянии используемых ею технологий. Так было всегда, но сегодня вследствие произошедшей информационно-коммуникационной революции появились существенные особенности: скорость и географический охват распространения новых знаний беспрецедентно возросли, а их добыча становится все более сложной и дорогостоящей. Содержание собственных исследовательских центров, лабораторий и отделов становится доступным по карману все меньшему количеству крупных предприятий. Для большинства же малых и средних компаний это абсолютно нерентабельно. Выход видится следующим – аутсорсинг через установление партнерских отношений с теми, кто именно этим

профессионально занимается, то есть с университетскими лабораториями. Причем здесь все меньше нужен филантропический подход, при котором промышленность поддерживает университеты. Речь идет о стратегическом равноправном партнерстве. Еще одним достоинством университетских научно-образовательных центров является возможность привлечения специалистов из самых разных предметных областей. В подобном партнерстве, как правило, заинтересованы и местные власти, так как оно укрепляет потенциальную конкурентоспособность местных предприятий и тем самым обеспечивает их устойчивое функционирование и налоговые поступления в местный бюджет. С другой стороны, такое партнерство гарантирует сохранение рабочих мест и часто приводит к их увеличению, снимая определенную социальную нагрузку с властей. Достоинством развития высокотехнологичных отраслей является также их «локомотивный» характер для всей местной промышленности. Наиболее яркими недавними примерами быстрого выхода из серьезной экономической депрессии за счет трехстороннего партнерства университетов, компаний и государства и последующего инновационного прорыва в течение 4–5 лет являются Ирландия и Финляндия [1, с. 30].

Сегодня в мире доминируют два пути передачи знаний и технологий из университетского кампуса в промышленность. Традиционный, характерный для европейских стран подход состоит в заключении стратегического партнерства университетов с крупными компаниями. В США преобладает подход, основанный на создании в университетах малых наукоемких предприятий с последующим их отделением для самостоятельной деятельности. В этом случае университеты занимаются подготовкой новых компаний и целых отраслей промышленности вместо того, чтобы помогать уже имеющимся. Для привлечения венчурных инвестиций критически важным является вопрос интеллектуальной собственности [1, с. 31].

Пока трудно говорить о предпочтительности выбора того или иного пути в Республике Беларусь. Целесообразно двигаться как в направлении установления стратегического партнерства, так и по пути создания пояса малых предприятий вокруг университетов. Важно понимание всеми заинтересованными участниками, то есть университетами, властью и бизнесом, того, что стратегическое партнерство – это не краткосрочная кампания, а абсолютная необходимость и условие выживания для всех.

Предполагается, что для совершения первых шагов есть следующие возможности.

Во-первых, областью пересечения интересов вузов и потенциальных работодателей является квалификация выпускников, их готовность к инновационной профессиональной деятельности в выбранной области и карьерному росту. Работодатель заинтересован в получении современных кадров; студент заинтересован в получении образования, которое делает его конкурентоспособным на рынке труда; вуз заинтересован в максимальном привлечении студентов и предоставлении им именно такого образования. С одной стороны, есть цепочка «объекты – области – виды – задачи профессиональной деятельности – квалификационные характеристики – профессиональные стандарты – компетенции», с другой – «образовательные программы – образовательные стандарты – компетенции». Пересечением цепочек является связка «профессиональные стандарты – компетенции – образовательные стандарты», которая и должна составлять область постоянного и тесного взаимодействия университета и потенциальных работодателей. Такое взаимодействие отвечает интересам обеих сторон. Принадлежность к разным ведомствам указывает, вероятно, на необходимость создания структуры для координации такого взаимодействия.

Вторая возможность заключается в активном участии вузов в мероприятиях по повышению конкурентоспособности и потенциала роста компаний в форме семинаров, курсов переподготовки, опережающего обучения или консалтинга для представителей бизнеса. Так, многие университеты могут предложить следующий круг тем для подобных мероприятий: прорывные и критические технологии, управление персоналом, финансовый менеджмент, управление качеством, использование информационно-коммуникационных техноло-

гий, компьютерная безопасность, языковой и психологический тренинг. Польза от таких мероприятий для представителей бизнеса будет заметной не только с точки зрения приобретения новых знаний и умений. Регулярное участие в них создает платформу для обмена опытом, проблемами, знаниями, другими словами, закладывает инфраструктуру для сетевого взаимодействия коллег, находящихся в одинаково сложных условиях. Для университета же задача заключается не только в том, чтобы поделиться имеющимися знаниями. Главное – проанализировать проблемы и сделать обобщения, ведь именно этим сильна академическая среда.

Третья возможность состоит в совместном создании университетом и группой компаний бизнес-инкубаторов, малых наукоемких предприятий, предоставляющих научно-исследовательские, опытно-конструкторские, проектные, сервисные и консалтинговые услуги, пытающихся коммерчески реализовать патенты, ноу-хау и другую интеллектуальную собственность, созданную учеными вуза.

В странах с успешными системами образования и экономики (что взаимосвязано) широко используется такой инструмент, как эндаумент. Эндаумент – это целевой фонд, предназначенный для использования в некоммерческих целях и наполняемый преимущественно за счет пожертвований. Эндаумент обычно инвестирует свои средства с целью извлечения дохода, которым распоряжается совет учредителей. При этом основной капитал учредителей не затрагивается, на установленные цели идет лишь получаемый с него доход.

Реализация рассмотренных и подобных им мер должна привести к постепенной структурной перестройке образования и экономики, повышению инновационного потенциала и тем самым – конкурентоспособности компаний.

Наиболее перспективными представляются следующие направления развития бизнес-образования [2]:

- внедрение программ модульного типа, применение дистанционных технологий и социальных медиа, создающих новые возможности онлайн-обучения;
- четкая сегментация программ по потребителям, персонализация и мобильность обучения, обеспечение возможности формирования индивидуальных образовательных траекторий;
- развитие «софт-скиллс», обеспечивающих не только знания, но и личностное развитие, лидерство, эффективные коммуникации, акцент на междисциплинарные стыки;
- создание комплексных альянсов бизнес-школ, тренинговых и консалтинговых компаний, обучение действием через внедрение в консалтинг;
- ориентация на инновации и новый набор ценностей, переключение внимания на людей, вносящих значимый вклад в развитие общества, перенос акцентов на этику и социальную ответственность бизнеса;
- многосторонняя кооперация с ведущими зарубежными университетами и бизнес-школами, направленная на развитие профессиональной эффективности в глобальном мире.

Все это ставит определенные задачи перед белорусским бизнес-образованием. Насколько мобильным и гибким оно окажется – покажет время.

В последние годы много написано и сказано о различных моделях и технологиях оценки качества подготовки специалистов, создаются службы управления качеством. Вместе с тем не решена окончательно проблема фундаментальности образования, а в педагогике так и не достигнута единая трактовка как понятия «качество образования», так и понятия «фундаментальность образования», не раскрыта их взаимосвязь.

По-видимому, разнообразие мнений вызвано многоаспектностью этих понятий: они выглядят несколько по-разному с позиции различных подходов.

С философской точки зрения качество объекта или явления обнаруживается в совокупности его свойств. При этом оно не сводится к его свойствам, а связано с ним как целым, охватывает его полностью и неотделимо от него. Объект не может, оставаясь самим собой,

потерять свое качество. С этой позиции качество образования – его неотъемлемая черта, его суть; то есть если есть образование, есть и качество, нет качества – нет и самого образования. В этом смысле термин «качество образования» является просто модным словосочетанием, которое по сути ничего не добавляет к содержанию понятия «образование».

Между тем сегодня на первый план вышло совсем другое определение качества – используемое для объектов и процессов, формируемых и реализуемых непосредственно в производственной практике.

С экономической точки зрения качество продукции – это совокупность ее существенных потребительских свойств, другими словами – это полезность, ценность продукции, ее пригодность к удовлетворению определенных потребностей. При таком подходе свойства объекта рассматриваются с позиции потребителя, а не с позиции производителя. Отсюда следует, что качество образования есть соответствие (адекватность) образования потребностям общества и личности, установленным нормами, требованиями, стандартами.

В системах менеджмента качества внимание акцентируется на том, что нужно от образования различным заинтересованным сторонам – личности, работодателям, обществу, государству. Однако каковы внутренние пути совершенствования качества образования, что делать субъектам педагогического процесса – авторам стандартов, программ и учебников, преподавателям и студентам – все эти вопросы отодвинуты на задний план. Место и роль содержания образования, его фундаментальности определены в наименьшей степени.

Особое внимание хотелось бы обратить на то, что в бизнес-образовании кроме прикладной составляющей («образовательные услуги»), обусловленной быстро меняющимися внешними условиями, т. е. рынком, все же имеется фундаментальная составляющая, качество которой зависит не от внешних, а от внутренних условий.

Фундаментальность образования характеризуется такими принципами, как научность, систематичность и последовательность. В соответствии с ними содержание образования должно быть строго научным, объективно отражающим современное состояние соответствующей отрасли научного знания и учитывающим тенденции и перспективы его развития. Знания, умения и навыки должны формироваться в определенном порядке: каждый элемент учебного материала должен быть логически связан с другими, последующее опирается на предыдущее и готовит к усвоению нового.

Фундаментальность имеет те же структурные элементы, что и содержание образования: опыт познавательной деятельности, фиксированной в форме ее результатов, – знаний, опыт осуществления известных способов деятельности – в форме умений действовать по образцу, опыт творческой деятельности – в форме умений принимать нестандартные решения в проблемных ситуациях, опыт осуществления эмоциональных отношений – в форме личностных ориентаций. Эти элементы связаны между собой таким образом, что каждый предшествующий служит предпосылкой для перехода к следующему.

Значимость фундаментального образования заключается прежде всего в его целостности. Принцип целостности содержания обучения является одним из основополагающих при формировании содержания обучения. Вуз должен дать студентам представление как о конкретной науке, так и всей науке в целом, чему значительно препятствуют «стены» между отдельными изучаемыми предметами.

Фундаментальные знания – это стержневые, системообразующие, методологически значимые представления, восходящие к истокам понимания, к первичным сущностям. В отличие от конкретных знаний и фактов, эти представления меняются сравнительно медленно, «живут» долго, и это позволяет надеяться, что такие знания изменятся незначительно в течение среднего срока трудовой деятельности выпускника вуза. Выработанное на их основе умение думать, самостоятельно получать знания должно существенно помочь выпускнику и при необходимости изменить специальность или даже профессию.

Фундаментализация предполагает, что одной из приоритетных задач бизнес-образования должно стать формирование у людей внутренней потребности в саморазвитии и самообра-

зовании, овладение ими методами получения знаний, становление у них таких личностных качеств, которые позволили бы им успешно адаптироваться, жить и работать в условиях современного мира [3, с. 115].

Все эти важнейшие качественные характеристики образования остаются вне рамок «экономического» определения качества образования. Образование не есть объект купли-продажи, это объект более сложных и тонких общественных отношений, имеющий свои внутренние традиции и тенденции. Поэтому к определению качества образования необходимо применять принципиально другой подход, учитывающий не только потребности различных заинтересованных сторон.

За эффективность образования в равной степени ответственны как обучающий, так и обучаемый, т. е. качество образования, его ценность создаются и тем и другим, причем «производство» и «потребление» образования находятся в неразрывном единстве.

С учетом вышеизложенного, по нашему мнению, внутренняя связь качества бизнес-образования и фундаментальности выражается в том, что качество образования подразумевает определенный уровень освоения содержания образования, и прежде всего – методологически важных, долгоживущих и инвариантных элементов человеческой культуры, способствующих инициации, развитию и реализации творческого потенциала обучаемого, создающих внутреннюю потребность в саморазвитии и самообразовании на протяжении всей жизни человека, способствующих адаптации личности к быстро изменяющимся социально-экономическим и технологическим условиям.

Улучшить качество бизнес-образования можно только на основе его фундаментализации, а также сохранения лучших педагогических традиций.

Список использованных источников

1. Данилаев, Д. П. Современные условия и структура взаимодействия вузов, студентов и работодателей / Д. П. Данилаев, Н. Н. Маливанов // Высшее образование в России. – 2017. – № 6. – С. 29–35.
2. Герасименко, В. В. Бизнес-образование: как изменится спрос в новом сезоне // Коммерсантъ «Деньги». – 2015. – № 35 (1043). – С. 53.
3. Давыденко, Т. М. Взаимодействие университета с бизнес-сообществом в сфере инновационной деятельности // Высшее образование в России. – 2016. – № 5. – С. 112–117.