чения, но более низкую, чем его предельный продукт после обучения (работник, уволившись, не получит в другой фирме большую заработную плату). Таким образом, при специфической профессиональной подготовке фирма может компенсировать все или часть издержек на обучение.

**Л. С. Бунькова**

*Екатеринбург*

## РАСШИРЕНИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА ВУЗОВ С ПРЕДПРИЯТИЯМИ С ЦЕЛЬЮ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Двадцатилетний переход к рыночной экономике, изменив сферу промышленного производства, оказал влияние и на сферу образования. Существенно изменилась ситуация на рынке образовательных услуг: возникли разные группы заказчиков и потребителей образования со своими финансовыми возможностями, запросами и интересами, повысились требования общества к качеству образования, значительно выросло количество учебных заведений, различных по организационно-правовым формам. Кроме этого, наблюдается устойчивый рост предложения на образовательные услуги со стороны консалтинговых фирм, индивидуальных бизнес-тренеров, учебных центров предприятий. Это формирует и определяет новую конкурентную среду.

Ранее вузы полностью финансировались государством, выполняя государственный заказ на обучение специалистов. С одной стороны, это оправданно с точки зрения теории: продукт деятельности вуза обладает свойствами общественного блага и поэтому должен финансироваться государством. Однако с другой стороны, позиция государства по отношению к высшей школе изменяется: преобразован механизм государственного финансирования, доля бюджетного финансирования постоянно снижается. Вследствие этого государственные высшие учебные заведения вынуждены предпринимать меры к поиску альтернативного финансирования образовательных программ, расширения предпринимательской деятельности.

Таким образом, высшие учебные заведения становятся субъектами рыночной экономики, государственные вузы самостоятельно действуют на рынке образовательных услуг, разрабатывают и продвигают образователь-

ные программы – работа в условиях жесткой конкуренции предполагает постоянное совершенствование своего продукта, повышение эффективности своей деятельности.

Стремление государственных вузов к стабильности требует серьезных изменений в управлении, традиционные способы управления в условиях рынка, как правило, несостоятельны. Для решения задач адаптации и своего развития в новых условиях вузы должны постоянно отслеживать состояние рынка образовательных услуг и оценивать свое положение на этом рынке. Ориентация на рынок для вуза означает повышение качества образования и соответствие образовательных программ требованиям рынка.

Одной из проблем профессионального образования сегодня является диссонанс на рынке труда: несовпадение требований спроса с характеристиками предложения как в количественном, так и в качественном отношении. Налаживая работу по продвижению своего продукта, вузу, как и любому предприятию, необходимо определять потребителей своих услуг, налаживать с ними связи, анализировать их требования и интересы. В условиях рыночной экономики успешность образовательных учреждений зависит от его способности точно диагностировать запрос на обучение и оперативности предложения новых образовательных программ, соответствующие интересам потребителя.

Современные вызовы образовательным учреждениям требуют более активного взаимодействия с внешней средой, успех учебной организации определяется конкурентоспособностью, гибкостью стратегии на рынке, умением удержать клиентов. Это требует от высших учебных заведений выпуска специалистов, готовых работать в условиях свободного рынка, расширения номенклатуры специальностей, открытия новых направлений в соответствии с запросами предприятий, поиска и развития новых форм взаимодействия с промышленными компаниями по целевой подготовке и переподготовке кадров.

Предприятие и высшее учебное заведение представляют две стороны образовательного процесса: вуз является производителем, предприятие – потребителем специалистов. Ни один государственный вуз не может автономно существовать и обеспечивать все знания и навыки, в которых нуждаются промышленные предприятия. От эффективности обратной связи между вузом и предприятием зависит степень соответствия качества подготовки специалистов пожеланиям работодателя, а следовательно и востребо-

ванность выпускника вуза на рынке труда. В этом отношении вузу необходимо при подготовке специалистов учитывать требования будущих работодателей и в соответствии с ними корректировать методы подготовки, вузовские компоненты учебных программ.

Федеральные и региональные компоненты учебных программ отражают общие требования к подготовке специалистов в данной области безотносительно специфики конкретных сфер деятельности. Любой вуз должен не только обеспечивать качественную теоретическую подготовку специалистов, но и учитывать потребности предприятий, нуждающихся в специалистах-практиках. Для этого необходимо создание более гибких учебных программ, подготовка специалистов для узких областей промышленного производства и инжиниринга.

Решением проблемы соответствия подготовки специалистов требованиям рынка могут быть квалификационные курсы для выпускников, направленные на потребности определенных компаний. Такая форма адаптации молодых специалистов используется образовательными учреждениями Великобритании и может быть применена российскими вузами.

Подготовка вузом специалистов с учетом специфики деятельности предприятий позволяет сократить период адаптации работника. Во многих странах предприятия подбирают работников из молодых специалистов, приглашая их на практику еще в период обучения. Менеджеры предприятия также могут участвовать в процессе обучения специалистов, разрабатывая наиболее важные для деятельности предприятия курсы.

Устойчивые связи с предприятиями позволяют своевременно получать информацию относительно того, какие именно специалисты необходимы, и оценить, на сколько программы вуза соответствуют требованиям производства, какие корректировки могут быть внесены. Систематический сбор и анализ информации о востребованности выпускников вуза на рынке труда также помогает оценить качество подготовки специалистов.

Соответствие программ подготовки специалистов требованиям производства, организация продуктивной производственной практики студентов позволит обеспечить ценность выпускников на рынке труда. Высокий процент трудоустройства выпускников является одним из основных показателей качества вузовской подготовки.

В рамках модернизации образования предполагается введение нового механизма финансирования учебных заведений через образовательные

сертификаты. В этом случае объемы поступления бюджетных средств напрямую будут зависеть от количества студентов. Устойчивые связи с предприятиями для государственного вуза станут дополнительным фактором привлечения абитуриентов, повышения рейтинга вуза и расширения источников бюджетного финансирования.

Вузы предоставляют и другие образовательные услуги: программы переподготовки и повышения квалификации, дополнительного образования. Наличие у вуза таких услуг означает получение дополнительного источника финансирования, предприятие в этом случае является непосредственным заказчиком образовательной программы и должно участвовать в ее формировании.

Основной задачей государственных вузов является проведение маркетинговых исследований рынка с целью определения потребностей предприятий относительно содержания образовательных программ и методов обучения. Сегодня большинство государственных вузов недостаточно внимания уделяют ни исследованиям, ни продвижению своего продукта на рынке. По этой причине государственные вузы не выдерживают конкуренцию с другими поставщиками образовательных услуг в некоторых областях.

Проведенные исследования показывают, что на большинстве предприятий нет четко сформулированной стратегии обучения персонала, дополнительной подготовки кадров, процесс обучения зачастую является спонтанным и бессистемным. Вузы могут способствовать правильной организации данного процесса, они способны разработать и предложить программы, которые могут заинтересовать предприятия, такие образовательные программы обязательно включают формулировку результатов обучения, получаемых практических знаний и навыков. Наглядность результатов и прогрессивное обучение являются факторами взаимодействия вуза предприятий с учреждением образования, а в рамках такого сотрудничества вуз получает возможность совершенствовать преподавательский корпус, осваивать наиболее прогрессивные дидактические методы работы.

Вузы и предприятия могут также получать выгоды от сотрудничества в сфере научных исследований. При таком взаимном сотрудничестве вуз осуществляет подготовку научных кадров и получает возможность апробации методов и моделей на практике. Предприятие же, предоставляя базу для проведения исследований, получает доступ к передовым технологиям и инновационным разработкам.

Тем не менее, эффективный и однозначно выгодный способ комплексного взаимодействия вуза и предприятия до сих пор не найден. По-видимому, процесс образования кооперационных взаимоотношений вуза и предприятия должен происходить постепенно. В этом отношении первые шаги по налаживанию связей с предприятиями должны делать вузы. В первую очередь необходимо провести исследование потребностей предприятий с целью выявления требований, предъявляемых к специалистам. Далее необходимо оценить уровень подготовки специалистов в вузе, насколько он соответствует требованиям предприятий, оценить возможности вуза по подготовке специалистов востребованных на рынке труда. Исходя из результатов исследования, скорректировать учебные планы и программы, структуру и содержание специальностей. Впоследствии, получив необходимую информацию, в рамках организации практики студентов налаживать связи с предприятиями, предлагая к рассмотрению программы подготовки специалистов и основные направления их изменения.

Важно понимать: только при приложении усилий направленных на преобразования в учебной сфере и взаимодействия с предприятиями можно рассчитывать на повышение качества профессионального образовании.

**Т. И. Волкова**

*Екатеринбург*

## ПРИОРИТЕТЫ СТАНОВЛЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Динамика развития отечественной экономики, рост конкурентоспособности национальных товаров и услуг невозможны без ориентации на инновационный путь развития, перехода к экономике знаний.

Ядро экономики знаний – воспроизводственный инновационный процесс. В научной литературе имеется несколько трактовок инновационного процесса. Ряд исследователей рассматривают его как сменяющиеся фазы жизненного цикла обновления или усовершенствования продукции. Другие акцентируют внимание на инвестиционном характере проектов, проходящих стадии финансирования исследований и разработок, производства новой продукции и услуг, их коммерциализации. Распространена