

В целях совершенствования подготовки наиболее востребованных рабочих кадров необходимо осуществлять интеграцию программ начального и среднего профессионального образования для ведущих отраслей производства и строительства. Выработка механизмов сближения рынка труда и рынка образования, уменьшение дисбаланса спроса и предложения на рабочую силу в аспекте начального и среднего профессионального образования является одной из актуальных задач.

Кластерная система как система социального партнерства представляет собой взаимодействие работодателя и учебного заведения. Кластер – эффективный инструмент, способствующий экономическому развитию и повышению конкурентоспособности. Он включает следующие составляющие:

- работодатель, определяющий требования к выпускникам образовательного учреждения на современном этапе развития общества;
- образование, учитывающее требования рынка работодателей, обеспечивающее конкурентоспособность и востребованность своих выпускников;
- местные органы государственной власти.

Основой партнерских отношений в кластере становится взаимная заинтересованность в повышении качества подготовки специалистов. Именно желание получить специалистов высокого качества должно заставлять предприятия и организации (как потребителей выпускников) участвовать в оценке будущих специалистов, создании учебных программ и планов, составлении рекомендаций по развитию новых инновационных форм профессиональной подготовки специалистов, а также по совершенствованию компетенции преподавателей.

К.А. Карташева, К.Ф. Костюкова, К.Г. Подаруева, Е.В. Прис, Е.И. Чучалова
Российский государственный профессионально-педагогический университет

О ПРОБЛЕМАХ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Проблемы рыночных отношений в системе образования относятся к числу наиболее тяжелых экономических проблем. Активные сторонники широкого внедрения рыночных механизмов в систему образования в качестве одной из причин неудовлетворительной практики рыночной организации российского образовательного пространства называют традиционное для нашего общества восприятие системы образования как сферы бесплатных услуг.

Вместе с тем, сегодня образование для большинства людей стало ценностью значительно более высокого порядка, чем многое другое. Хорошее образование уменьшает риск безработицы и вероятность раннего выхода на пенсию. Люди готовы многим жертвовать, чтобы обеспечить себе или своим детям достойное образование.

Быстрое увеличение в течение 1990-х годов числа частных платных высших учебных заведений стало серьезным фактором сохранения неравенства в том, что касается не только доступа к образованию, но и уровня подготовки и тем самым возможностей в дальнейшей профессиональной жизни и в социальном положении. Имеющий деньги, но не обладающий должным уровнем подготовки, оказывается в выигрыше и приобретает возможность закрепить свое привилегированное положение, получив высшее образование. Статистика свидетельствует о том, что из элитных гимназий, лицеев и спецшкол в престижные вузы поступают 85,2 процента выпускников, тогда как доля выпускников из массовых школ составляет только 6,5 процента.

Переход на платное образование (полностью или частично) в принципе вряд ли вызвал бы возражения, если бы жизненный уровень населения у нас был существенно выше нынешнего, и если бы в России существовала надежная система целевого кредитования. Но даже там, где эти условия присутствуют в полной мере сохраняется мощная государственная поддержка образования, которая смягчает последствия социальной дифференциации для значительной части обучаемых.

Сторонники платных школ и вузов ссылаются, как правило, на зарубежный опыт. Между тем мировая практика свидетельствует, что на внебюджетные источники приходится не более 10-15 процентов в финансировании системы образования. Так, в элитных частных школах Великобритании в 1980 году обучались 8,2 процента школьников - и эту ситуацию

британские социологи охарактеризовали как "сохраняющую классовые различия". В Европе, где давно существует рыночная экономика, 98 процентов студентов учатся в государственных вузах! Даже в США с их самой коммерциализированной системой образования 77% студентов тоже обучаются в государственных вузах. В России план охвата платным образованием даже в государственных вузах составляет 49,7%.

По нашему мнению стратегия ценообразования вуза должна строиться на основе следующих требований:

- цены на образовательные услуги должны быть дифференцированными в зависимости от специальности, формы обучения, срока оплаты;
- расчет цены образовательной услуги должен быть связан с выделением в составе цены двух составляющих: минимального уровня (базовой цены) и рентной составляющей;
- наименее популярные у абитуриентов специальности должны быть оценены по минимальной цене, при этом нижняя граница образовательной услуги должна обеспечивать покрытие основных расходов на ведение образовательной деятельности;
- необходимо систематически проводить индексацию нижней границы цены образовательной услуги с ростом стоимости жизни;
- в цене образовательной услуги по более популярным образовательным программам должна присутствовать рентная составляющая, призванная изъять «потребительский излишек».

Т.С. Каткова, Л.Ф. Беликова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОСВЯЗИ КОРПОРАТИВНОГО И ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В условиях острого кадрового дефицита, испытываемого сегодня предприятиями, чрезвычайно актуальным является поиск инновационных и эффективных форм взаимодействия высшего профессионального и корпоративного образования. В целом реализуемая в России программа модернизации образования требует нового уровня взаимоотношений между бизнесом, образовательными учреждениями и обществом.

В России корпоративные системы подготовки сотрудников еще находятся в фазе становления. Ведущие мировые и российские компании реализуют стратегию непрерывной целевой подготовки кадров в соответствии со своими критериями качества в рамках системы "корпоративного университета".

«Корпоративный университет» – это система внутрифирменного обучения, объединенная единой концепцией в рамках стратегии развития организации и разработанная для всех уровней руководителей и специалистов. Зарубежный опыт организации корпоративных университетов показывает, что существует два базовых подхода к их созданию – альянс с традиционными учебными заведениями или специализированными сервисными фирмами (чаще всего – менеджмент-консалтинговыми), либо формирование самостоятельной структуры.

Мировой опыт корпоративного обучения свидетельствует о том, что в условиях быстро меняющегося рынка университетское образование попросту не в силах успеть за практическим опытом бизнеса. Развивающийся рынок стал требовать серьезно подготовленных специалистов, причем важен не только (а подчас и не столько) набор знаний, сколько новый, «рыночный» стиль мышления и поведения, конкретные бизнес-навыки. Работодатели заинтересованы в квалифицированных кадрах, а существующая система профессионального образования в стране, при всей его многогранности и фундаментальности, представляется несколько консервативной, оторванной от практики и излишне академичной.

Вместе с тем высшее профессиональное образование, дающее общую подготовку, формирующее и воспитывающее гражданские позиции, и корпоративное обучение, преследующее конкретные цели бизнеса, не являются альтернативными, а призваны быть взаимодополняющими. Вузы в сотрудничестве с предприятиями реализуют наряду с традиционно