

ПАТНЕРСТВО НАУКИ І БІЗНЕСУ: МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Шевченко Олександр Анатолійович, ст. гр. БТЕ-11

Науковий керівник: к.п.н., викладач

загальнотехнічних дисциплін

Кузнєцова С.В.

ВП НУБіП України «Немішаївський

агротехнічний коледж»

Світогосподарський розвиток на початку ХХІ ст. характеризується утвердженням економіки знань, тому ключовим стає здатність ВНЗ продукувати висококваліфікованого компетентного фахівця. З іншого боку економіка знань потребує налагодження активної взаємодії вищої освіти, науки і бізнесу, що стає необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності національної економіки, подолання негативних наслідків економічної кризи та забезпечення сталого розвитку економіки України. Але глобалізація вносить свої корективи – відбувається динамічний розвиток бізнесу з його мережевими комунікаціями і потребами в інноваціях й поступовим розвитком системи освіти і науки. Така ситуація несе в собі ефект десинхронізації, тобто розрив у часі між потребами бізнесу й можливостями освіти і науки. Ця проблема є особливо актуальною для України, проте притаманна й розвиненим країнам [2].

Партнерство бізнесу та вищих навчальних закладів удосконалює процес підготовки фахівців, що відповідають вимогам ринку праці, і сприяє розвитку дослідницької та інноваційної діяльності в країні.

У світовій практиці партнерство університетів і компаній здебільшого реалізується шляхом проведення досліджень і розробок; спільної розробки та оцінки курсів/ програм; захисту інтелектуальної власності. Такі аспекти, як професійний розвиток, спільні бізнес-проекти та участь бізнесу в управлінні університетами, порівняно менш розвинені. В Україні найпоширенішими формами співпраці компаній і ВНЗ є стажування та практика студентів;

лекції для студентів; студентські проекти, конкурси, надання ВНЗ новітнього устаткування і технологій у форматі навчальних центрів, лабораторій тощо. Компанії практично не впливають на розробку навчальних програм і професійних стандартів[1].

Представники бізнесу і вищої школи по-різному визначають основні перепони в партнерстві. На думку представників вищої школи, основними бар'єрами є недостатня поінформованість бізнесу про можливості співпраці з ВНЗ та орієнтованість бізнесу лише на швидке отримання прибутку. А на думку компаній – нерозуміння навчальними закладами реалій бізнес-світу та бюрократичність ВНЗ [4].

Найпоширеніша модель партнерства, яка склалася сьогодні в Україні, – підготовка спеціалістів для потреб компаній через програми стажувань (проходження практики). Проте ця модель не має впливу на якість підготовки випускників ВНЗ загалом. Партнерство повинне поєднувати два аспекти: партнерство в навчальному процесі й у дослідницькій та інноваційній діяльності

Дисбаланс попиту і пропозиції на ринку праці є вже давно. Його головними причинами стали комерціалізація освіти та намагання молоді здобути професію, що приносить великі доходи і забезпечує високий соціальний статус.

Мотивацією абітурієнтів зазвичай є отримання знань і вмінь для подальшого працевлаштування, кар'єрного зростання, отримання високого рівня доходу тощо. Конкуруючи між собою університети знижують ціну за навчання, а не рідко й вимоги щодо якості підготовки фахівця. Конкурують між собою і роботодавці, щоб отримати професійну підготовлену молодь для бізнесу. Наявність диплому про вищу освіту або навчання в магістратурі ВНЗ вже дає переваги для працевлаштування, особливо коли якість освіти для роботодавця не стоїть на першому місці [3].

Виявилася негнучкою і система підготовки фахівців за держзамовленням, яка не враховує суспільної потреби в тих чи інших

спеціалістах на перспективу. Водночас компаніям в Україні важко прогнозувати потребу в працівниках різних спеціальностей, оскільки є проблеми зі стратегічним плануванням.

Підвищити рівень практичної підготовки випускників вищих навчальних закладів можливо шляхом налагодження партнерства ВНЗ і компаній, адже їх співробітництво в напрямі підготовки спеціалістів є ефективним шляхом підвищення конкурентоспроможності молоді на ринку праці і, відповідно, зниження рівня молодіжного безробіття.

Серед глобальних пріоритетів партнерств «бізнес – ВНЗ» типовими є:

- дослідження і розробки;
- розробка та оцінка курсів/програм;
- мобільність студентів як працівників;
- захист інтелектуальної власності.

Менш розвинутими є такі аспекти, як професійний розвиток, спільні бізнес-проекти та участь бізнесу в управлінні університетами.

Основними мотивами налагодження партнерства бізнесу з вищими навчальними закладами є:

- підготовка фахівців, що відповідають запитам компанії;
- доступ до висококваліфікованої робочої сили [5].

Відповідно, найпоширенішими формами співробітництва є ті, що зорієнтовані на підготовку спеціалістів, – стажування та практика студентів, лекції для студентів, студентські проекти, конкурси та профорієнтаційні заходи.

Якщо раніше в Україні у сфері трудових відносин перевагу надавали працівникам із досвідом роботи, то сьогодні більшість компаній воліють приймати на роботу спеціалістів з лав університетів, без досвіду. Практика і результати досліджень свідчать, що компанії все частіше беруть на стажування студентів старших курсів ВНЗ і готують для себе (під свої вимоги) спеціалістів. Це вигідно компаніям, оскільки перенавчання одного співробітника обходиться компаніям до 5000 \$, а за час стажування студенти

набувають практичних навичок, проходять процес адаптації, знайомляться з корпоративною культурою компанії. За результатами стажування найкращих студентів запрошують на роботу. Проте цей вид партнерства більше задовольняє потреби компанії у висококваліфікованій робочій силі, ніж впливає на підвищення рівня практичної підготовки студентів ВНЗ у цілому.

Проблему низької якості підготовки молодих фахівців можна частково вирішити і за допомогою надання ВНЗ новітнього устаткування і технологій у форматі навчальних центрів, лабораторій тощо. Це розширює коло студентів, які зможуть набути знання та практичні навички за допомогою сучасного обладнання. Цей вид партнерства ВНЗ і компаній має вже більший позитивний вплив на національну систему освіти. Компанії, які впроваджують такий вид партнерства, беруть також активну участь у навчальній діяльності: розробці навчальних програм, підготовці навчально-методичних посібників, створенні системи підвищення кваліфікації викладачів тощо.

Одним із доволі поширених видів партнерства компаній і ВНЗ в Україні є студентські конкурси. Проведення конкурсів передусім дає можливість виявити та підтримати найобдарованіших студентів, стимулювати їх зацікавленість науково-дослідною роботою у сфері обраної спеціальності або креативність і самостійність у вирішенні конкретних практичних ситуацій, з якими досить часто будуть стикатися фахівці в майбутньому. Безумовно, студентські конкурси мають більш опосередкований вплив на якість підготовки фахівців у цілому, але вони все ж таки є невід'ємним і необхідним процесом освіти.

В країні розвиваються й інші форми взаємодії компаній з ВНЗ, як-от:

- екскурсії на підприємство;
- цільові внески на розвиток ВНЗ (ендаументи);
- видання підручників та іншої навчальної літератури;
- підтримка досліджень, підготовка дипломних робіт тощо.

Для успішного соціально-економічного розвитку країни потрібно постійне підвищення кваліфікації робочої сили. Сьогодні для суспільства стає актуальною Програма навчання впродовж життя. Відтак ринок потребує не просто вищої освіти, а постійного процесу навчання. Для цього необхідне тісне кооперування між бізнесом, освітою та наукою. Університети більше не можуть залишатись "храмами науки", відокремленими від суспільних потреб і вимог. Зближення ВНЗ із потребами суспільства втілене у концепції "третьої місії", яка полягає у розширенні освітніх послуг для охоплення усіх категорій населення, які прагнуть здобути нові знання та навички, здійснювати підготовку фахівців і проводити прикладні дослідження на замовлення промислового сектору, надавати інформаційну та консультативну підтримку громадським організаціям. Об'єднуючим для стратегічного партнерства вищої освіти, науки й бізнесу повинні стати: інтелектуалізація, інноваційність, професійність, компетентність, корпоратизація, мобільність, комунікабельність, соціалізація, гуманізація, цивілізаційні цінності [2].

Список використаної літератури

1. Досвід працевлаштування випускників вищих навчальних закладів: погляд випускників та роботодавців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bestuniversities.com.ua>.
2. Мазур І. Стратегія розвитку партнерства вищої освіти, науки та бізнесу /Вісник Київського національного університету ім.Т. Шевченка//І.Мазур - 2014; 12(165): 6-11
3. Освіта й наука в інноваційному розвитку сучасної Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.Osvita_ost.indd-07994.pdf
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Офіційний сайт Світового економічного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org/>.