

используется специализированное программное обеспечение (различные приложения для социальных сетей, счетчики посещений и др.).

Интернет-маркетологам следует внимательно изучать полученную информацию на полноту и достоверность, ее источники и методологию исследования, чтобы их выводы и решения были обоснованными.

Отечественным предприятиям необходимо иметь профессионально-разработанные сайты (интернет-магазины), использовать обоснованные мероприятия по продвижению электронных ресурсов и продукции предприятий на отечественный и зарубежные рынки, эффективно решать вопросы логистики, методов оплаты и др.

Основным ключевым показателем использования информационных технологий является оценка их эффективности.

Для развивающихся экономик определение проблем, которые создают барьеры для претворения в жизнь новых маркетинговых и управленческих идей на предприятиях и в отраслях, эффективной реализации обоснованных нововведений, использования маркетингового потенциала являются основными и без разрешения которых, невозможно будет увидеть и осязать реальный прогресс как сейчас, так и завтра.

*Е. С. Голомазова, аспирант*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Беларусь)*

## **АНАЛИЗ КООПЕРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ И ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Одной из основных проблем высшей школы в Республике Беларусь, отмеченной в Государственной программе развития высшего образования на 2011–2015 годы, является низкая инновационная активность наряду с невысоким уровнем экономической эффективности научных и изыскательных разработок высшей школы. Одной из причин этому стала слабое взаимодействие вузов с отраслями экономики как в процессе подготовки и переподготовки кадров, так и при проведении научных исследований.

С целью углубленного изучения вопросов кооперации высшей школы и предприятий в Республике Беларусь автором было проведено полевое исследование – онлайн опрос субъектов кооперации. Опрос проводился в течение февраля 2014 года. Целевыми группами, принявшими участие в исследовании, стали представители вузов, непосредственно участвующие в кооперации (руководители, курирующие НИР в вузах, сотрудники научных центров и исследовательских лабораторий, сотрудники отдела практики, сотрудники отделов по дополнительному образованию), представители предприятий, ведущие специалисты предприятий, сотрудники (руководство предприятий, ведущие специалисты предприятий, сотрудники и руководители отдела кадров, HR-сотрудники и пр.), студенты и выпускники вузов, а также представители государственных органов (выделяющих финансирование на совместные проекты вузов и предприятий и регулирующих образовательную и исследовательскую деятельность и пр.).

Выборка исследования имеет следующую структуру: представители 33 вузов Республики Беларусь (43% опрошенных), представители 100 лучших компаний по рейтингу «БелБренд 2012», а также лучшие работодатели по версии «Бренд года 2013» (18% опрошенных), студенты и выпускники 5 вузов Республики Беларусь (37%

опрошенных), представители министерств и ведомств (2% опрошенных). Среди представителей государственных органов для опроса были выбраны те, которые имеют непосредственное отношение к работе с высшей школой, к координации научно-исследовательской работы, и в первую очередь, проводимой совместно вузами и предприятиями, к регулированию рынка труда молодых специалистов. К тому же, среди данной группы респондентов был наименьший отклик на предложение участия в опросе.

В ходе исследования были поставлены и решены следующие задачи:

- выявлены существующие формы кооперации высшей школы и предприятий, а также частота участия целевых групп в кооперационном процессе в зависимости от формы взаимодействия;

- изучены цели участия в кооперации заинтересованных сторон;
- определены основные сложности, которые мешают участникам кооперации плодотворно взаимодействовать;

- дана оценка отношению сторон к процессам, которые происходят в ходе взаимодействия по подготовке специалистов, исследованиям и дополнительному образованию;

- проанализированы факторы успеха кооперации;
- выявлены факторы и степень удовлетворенности субъектов кооперации совместной работой;

- определены будущие пути развития кооперации.

Рассмотрим, какие цели ставят перед собой субъекты кооперации в процессе взаимодействия, в каких формах происходит кооперация, а также какие факторы сдерживают совместную работу.

Ответы на вопрос «В каких формах кооперации Вы участвуете?» позволили выявить наиболее распространенную форму взаимодействия целевых групп: принятие предприятиями студентов на практику либо предоставление рабочего места для выпускников (67% респондентов часто принимают участие во взаимодействии между вузами и предприятиями по данному направлению). На втором месте по частоте применения стоит такая форма, как «руководство предприятиями студенческими проектами, дипломными и магистерскими работами, диссертациями». Что касается других форм взаимодействия, мнения целевых групп разделились. Предприятия достаточно часто принимают участие в презентациях своего бизнеса, проводимых в вузе, в то время как другие группы респондентов не относят данный вид сотрудничества к развитым в Республике Беларуси. Вузы отметили, что они часто сотрудничают с предприятиями в сфере дополнительного образования, а иные группы респондентов не рассматривают такой вариант сотрудничества. Данное разделение мнений можно объяснить низким уровнем информированности предприятий и других целевых групп о предложениях вузов, а также недостаточно большим удельным весом предложений вузов среди всех предложений на рынке услуг дополнительного образования. Среди форм сотрудничества, в которых респонденты никогда не принимали участия, либо делали это редко: проведение исследовательских проектов; совместных мероприятий (например, обучающие семинары, выставки, конгрессы и т.п.); лекций и семинаров в высшей школе сотрудниками предприятий. Также респонденты указали направления работы, которые не были предусмотрены в опросной форме, а именно: спонсорство предприятий; выездные занятия, проводимые сотрудниками вузов; встречи с представителями субъектов хозяйствования на базе райисполкомов, встречи с руководителями предприятий; лицензионные соглашения; совместные производства.

При изучении целей взаимодействия респондентам предлагалось отметить 3 наиболее значимые из списка предложенных.

Для предприятий такими целями во взаимодействии с высшей школой являются:

1. Знакомство с потенциальной рабочей силой;
2. Дополнительное образование для сотрудников;
3. Развитие корпоративной социальной ответственности.

При этом, более чем 35% опрошенных предприятий взаимодействуют с вузами с целью знакомства с потенциальной рабочей силой (другие цели отстают по значимости от данной более чем в 2 раза).

Высшая школа основные цели взаимодействия видит следующим образом (перечислены в порядке убывания значимости):

1. Предоставление услуг по дополнительному образованию;
2. Изучение требований рынка труда к квалификациям выпускников;
3. Поиск новых партнеров.

Таким образом, основные цели взаимодействия высшей школы и предприятий имеют общую направленность, различия существуют в их приоритетности.

Также стоит отметить те цели, которые вообще не были выбраны респондентами. Для обоих субъектов кооперации не представляет особого интереса использование технических баз друг друга. При установлении взаимоотношений с предприятиями высшая школа не ставит перед собой такие цели, как изучение рыночных тенденций и взаимодействие с профессионалами из бизнеса – цели которые перескаются между собой. Это может быть связано с тем, что представители вузов часто ориентируются на поиск актуальной бизнес-информации самостоятельно путем исследований. Также можно сказать, что опрошенные вузы не рассматривают взаимодействие с предприятиями как возможность укрепления своего имиджа, а также интернационализации услуг.

Среди основных препятствий, которые мешают построить взаимовыгодные отношения с высшей школой, по мнению предприятий, были названы:

- бюрократические барьеры;
- отсутствие координирующего звена, заинтересованного в налаживании знакомства студентов и предприятий;
- недостаточные вложения предприятий в области, связанные с подготовкой молодых специалистов как потенциальной рабочей силы, а также с дополнительной подготовкой своих сотрудников;
- отсутствие в вузах актуальных для сотрудников предприятий образовательных программ;
- отсутствие взаимосвязи научных исследований с реальными потребностями предприятий.

Исследование показало, что выгодно участвовать в процессах кооперации вузам мешают:

- отсутствие заинтересованности со стороны предприятий во внедрении инновационных разработок;
- отсутствие заинтересованности у представителей предприятий в адаптации студентов старших курсов к требованиям конечного работодателя;
- недостаточная вовлеченность предприятий в учебный процесс;
- недостаточный уровень финансирования научно-технических разработок со стороны предприятий;
- низкая степень защиты интеллектуальной собственности учреждений образования.

Преодолеть существующие препятствия, по мнению предприятий, помогут следующие изменения (указаны по убыванию их значимости для респондентов):

- увеличение количества мероприятий, инициируемых вузами;
- рост степени заинтересованности со стороны сотрудников вузов;
- появление отдела в вузе по кооперации с предприятиями;
- появление контактного лица на предприятиях, занятого кооперацией с вузами;
- рост степени заинтересованности в развитии взаимодействия с вузами со стороны сотрудников предприятий;
- увеличение объема финансирования из сторонних источников.

Таким образом, можно сказать, что предприятия, в первую очередь, ожидают повышения интереса со стороны вузов к вопросам кооперации, лишь потом они готовы сами идти на взаимодействие. Стороннее вмешательство в меньшей степени, по мнению респондентов, способно повлиять на эффективность кооперационных процессов.

Респондентами из вузов были названы следующие ожидаемые изменения (по уменьшению важности):

- увеличение объема финансирования из сторонних источников;
- появление в вузе отдела по кооперации с предприятиями;
- увеличение числа сотрудников в вузе, занятых параллельно на предприятиях;
- рост степени заинтересованности со стороны сотрудников предприятий;
- появление контактного лица на предприятии.

По мнению представителей государственных органов, для дальнейшего развития кооперации между высшей школой и предприятиями важно увеличить стороннее (не из средств бюджета) финансирование, а также вовлечь сотрудников предприятий в процесс преподавания, а преподавателей – в консультирование бизнеса. Такой подход требует минимальных структурных преобразований, т.к. не предполагает введение дополнительных отделов и штатных сотрудников как в высшей школе, так и на предприятиях. К тому же, наличие постоянного контакта между субъектами кооперации поможет повысить их инициативность и активность. При этом, как предприятия, так и высшая школа отметили, что вузы должны проявлять большую заинтересованность во взаимной кооперации, т.к., по сравнению с предприятиями, они находятся в более уязвимой позиции – качество их деятельности напрямую зависит от вовлечения предприятий в совместные проекты. В то же время, как отмечалось выше, предприятия не достаточно осознают всю важность их участия в процессе подготовки молодых специалистов. Однако, обе стороны уверены, что их партнеры должны проявлять больший интерес к налаживанию отношений между собой, не акцентируя внимания на том, что они сами готовы сделать для укрепления партнерства. Государственные органы иницилирующую роль в процессе кооперации наделяют высшую школу.

Взаимодействие высшей школы и предприятий целесообразно исследовать в разрезе трех областей: подготовки кадров, проведения научных исследований и дополнительного образования.

Рассмотрим сферу подготовки кадров. Большинство респондентов считают, что студенты-практиканты больше заинтересованы в предприятиях, чем предприятия в них. Наибольшее число опрошенных (67%), разделяющих данную точку зрения, являются представителями высшей школы, наименьшее (11%) – представителями государственных органов. Последние видят в процессе устройства студентов на практику двустороннюю пользу: для студентов – это практическая отработка полученных в вузе теоретических знаний, для предприятий – возможность познакомиться с новыми кадрами. Что касается самих студентов, то они считают, что получение практического опыта – это, в первую очередь, задача их самих. Поэтому многие из них еще во время

обучения в университете находят место работы, где затем и проходят обязательную по программе практику. Функция вузов, таким образом, сводится к сбору и накоплению контактных данных о местах прохождения практики студентами. С одной стороны, подобный способ организации студенческой практики позволяет вузам налаживать новые контакты с предприятиями. Но с другой стороны, существует риск того, что студенческая практика может потерять свое изначальное значение – развитие практических навыков студентов по специальности обучения, накопление актуального опыта, повышение профессиональных компетенций. Это может быть обусловлено рядом причин:

- несоответствием места практики и (или) работы требованиям, которые предъявляются программой практики и обучения;
- несоответствием программ практики требованиям, которые предъявляются работодателями к той или иной профессии;
- низкой мотивацией студентов получить широкий практический опыт в соответствии со своей специальностью;
- низкой мотивацией руководителей практики, как со стороны предприятий, так и со стороны вузов, участвовать в руководстве работой практикантов.

При приеме выпускников вузов на работу встает вопрос о соответствии их знаний рыночным потребностям. То, что студенты и выпускники имеют теоретическую и практическую подготовку, отличающуюся от требований рынка, считают как сами студенты, так и потребители рабочей силы – предприятия; в то время как, 86% опрошенных представителей высшей школы считают, что вузы готовят кадры, подходящие предприятиям по уровню теоретической и практической подготовки. Такое расхождение во мнениях среди респондентов из высшей школы и предприятий указывает не только на непонимание вузами того, что именно сейчас нужно работодателям, но и на отсутствие исследований по этой проблематике.

Что касается иностранных студентов, то, по мнению большинства респондентов, национальная экономика в них не заинтересована. При этом, вузы видят больше пользы в иностранных студентах, по сравнению с остальными субъектами кооперации. Это связано с тем, что принятие иностранных студентов на платное обучение приносит ощутимый экономический эффект высшей школе.

Изучение мнений респондентов в сфере исследовательской работы показало, что большинство опрошенных принимало участие в совместных научно-исследовательских проектах (НИП) вузов и предприятий. При этом вузы имеют больше опыта в проведении такой работы. 52,5% всех опрошенных респондентов считают, что совместные НИП должны финансироваться из средств бюджета. По мнению бизнеса, вклады самих предприятий и государственного бюджета в финансирование НИП должны быть практически равноценным (53,3% и 45% соответственно). Участие вузов, частных инвесторов и фондов, а также иностранных инвесторов в финансировании НИП должно быть по мнению респондентов менее значительное (около 35%).

В ходе выполнения распределение функций между субъектами должно быть следующим:

- сбор и анализ инновационных идей для проведения НИП (по мнению всех опрошенных должен выполнять вуз);
- планирование проведения НИП (предприятие);
- обеспечение соответствия НИП и их результатов рыночным реалиям и потребностям (предприятие);
- обеспечение коммуникации между участниками во время выполнения НИП (вуз);



- обеспечение коммуникации между участниками после выполнения НИП: оказание сервисных услуг, исследование удовлетворенности, эвалюация и т.п. (предприятие);
- оформление прав и патентов на полученные в ходе НИП результаты (вуз);
- распространение информации в обществе о ходе НИП либо о результатах НИП, если данное не является коммерческой тайной (предприятие);
- формирование сетевых структур с привлечением посредников для обеспечения долгосрочного сотрудничества (предприятие).

По мнению госорганов, такие функции, как сбор и анализ инновационных идей для проведения НИП, распространение информации в обществе о ходе НИП либо о результатах НИП (если данное не является коммерческой тайной) должны выполняться инвесторами, а обеспечение коммуникации между участниками во время выполнения НИП госорганы берут на себя.

Исследование сферы дополнительного образования показало, что около 60% респондентов-представителей высшей школы формируют предложения по дополнительному образованию для предприятий, среди которых могут быть как краткосрочные программы образования (курсы повышения квалификации, семинары, тренинги), так и долгосрочные (целевая подготовка кадров в бакалавриате, магистратуре, аспирантуре). 57% опрошенных предприятий никогда не взаимодействовали с вузами по поводу организации дополнительного образования для своих сотрудников.

Большинство респондентов всех групп (83%) отметили, что вузы могут предложить программы по дополнительному образованию по более выгодным ценам в сравнении с другими субъектами, существующими на рынке услуг дополнительного образования (например, с бизнес школами, институтами, частными тренерами и т.п.), и что программы по дополнительному образованию вузов имеют оптимальное качество по приемлемой цене. Кроме того, предприятия отдают предпочтение высшей школе при выборе программ дополнительного образования, потому что вуз может предложить программу с выдачей официального диплома или сертификата, а также потому что предприятие может принять участие в формировании содержания программы обучения. В тоже время, респонденты всех целевых групп сошлись во мнении, что большинство программ отечественных вузов не имеют международного признания, а значит, уступают в конкурентной борьбе по этому параметру, например, бизнес-школам. По остальным характеристикам дополнительного образования мнения респондентов разошлись: в целом, вузы завывают свои шансы на рынке дополнительного образования по сравнению с другими целевыми группами, и, в частности, с потребителями образовательных услуг – предприятиями. Предприятия же, и госорганы считают, что обучающий персонал вузов не имеет достаточного практического опыта, а предлагаемые ими программы обучения не всегда соответствуют потребностям рынка и не содержат в себе актуальных знаний, интересных с точки зрения практики. Кроме того, вузы не могут обеспечить достаточную гибкость при формировании курса обучения. Также предприятия недостаточно хорошо знакомы с предложениями вузов, что является следствием низкой активности вузов в продвижении своих программ и может быть причиной отрицательной оценки отдельных сторон услуг дополнительного образования, оказываемых вузами.

Важное место в описываемом исследовании занял блок вопросов, направленных на изучение ожиданий респондентов относительно дальнейшего взаимодействия. Представители предприятий отметили, что в будущем они намерены активно участвовать во взаимодействии с вузами, в том числе, и инициировать это взаимодействие. Предприятия могут предложить проведение их специализированных лекций и семинаров для студентов вузов. Также они открыты для сотрудничества с вузами в области практи-

ческой подготовки студентов путем организации дней открытых дверей, выездных занятий на предприятиях, выдачи практических заданий для студентов, результаты которых могут быть внедрены в деятельность предприятий, прохождения студентами внеплановых практик. Со стороны вуза предприятия ожидают появления актуальных с практической точки зрения обучающих программ для малого и среднего бизнеса. Данная группа предприятий проявила большой интерес к сотрудничеству с высшей школой. Это связано с тем, что, зачастую, ограниченные финансовые возможности малых и средних предприятий не позволяют им воспользоваться образовательными услугами. Кроме того, специфика бизнеса требует иных подходов, что и должно быть отражено в образовательных программах, предназначенных для подобного рода предприятий.

Вузы, в свою очередь, отметили важность анализа рыночной конъюнктуры до проведения НИР, а также до формирования образовательных программ. Поэтому для них интересны долгосрочные партнерства с предприятиями, которые бы позволили быть всегда в курсе событий, а значит, актуализировать генерацию знаний. С другой стороны, респонденты из вузов отметили, что предприятиям необходимо проявлять большую заинтересованность в проведении совместных НИП, а также в подготовке необходимых им специалистов. Именно от предприятий, по мнению высшей школы, должна исходить инициатива проводить НИП, ведь только так можно обеспечить в будущем рыночную востребованность продуктов исследований. Также в этой сфере требуется совершенствование законодательной базы, которая регулирует отношения между субъектами НИП в области распределения прав собственности на результаты научно-исследовательской работы. Для повышения практической направленности образования, респондентами предлагалось создание учебных центров (филиалов) на профильных предприятиях с возможностью проведения практических и лабораторных занятий, семинаров, круглых столов и т.п.

Таким образом, можно утверждать, что как вузы, так и предприятия не в полной мере используют возможности совместной работы. Исследование целей и ожиданий респондентов показало узкие места, которые необходимо устранять для развития процессов взаимодействия. В первую очередь, стоит обратить внимание на исследование рынков образования, труда, научно-исследовательских разработок, а также на организацию коммуникационных процессов между субъектами кооперации. Эффективное использование традиционно сложившихся форм взаимодействия, таких как прохождение студентами практики, написание выпускных работ на примере конкретных предприятий, позволяет наладить обмен контактами. Развитие подобным образом собранных контактов необходимо направлять в сторону обмена кадрами между вузами и предприятиями, тем самым налаживая взаимоотношения на уровне отдельных сотрудников, не меняя организационных структур как высшей школы, так и предприятий. Усиление кооперации между высшей школой и предприятиями позволит проводить теоретическую и практическую подготовку студентов в соответствии с требованиями рынка за счет изучения участниками кооперационных процессов потребностей друг друга, развития образовательных программ и их практической составляющей, втягивания в образовательный процесс сотрудников предприятий. Деятельность предприятий в ходе взаимодействия с высшей школой на данный момент нацелена на знакомство с потенциальной рабочей силой. Данное направление необходимо развивать, и начинать взаимодействие с высшей школой еще на этапе набора и подготовки студентов. Тем самым предприятия будут получать молодых специалистов именно с тем набором компетенций, который им необходим.