

УДК 378.14.015.62

РОССИЙСКИЙ ВУЗ – МЕЖДУ РАБОТОДАТЕЛЯМИ И СТУДЕНТАМИ (ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ)

И.В. Гордеева

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» (Россия, 620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, д. 62/45; e-mail: ivgord@mail.ru)

Аннотация. Статья посвящена проблемам оценки качества высшего образования с позиций работодателей и учащихся. Показано, что, несмотря на существенные различия в подходах тех и других к анализу образовательного процесса, возможен как учет требований потребителей образовательных услуг, так и успешная адаптация образования к условиям рыночной экономики.

Ключевые слова: качество высшего образования, образовательные услуги, учащиеся, работодатели.

RUSSIAN UNIVERSITY – BETWEEN EMPLOYERS AND STUDENTS (PROBLEMS AND SOLUTIONS)

I.V. Gordeeva

Ural State University of Economics (Russia, Ekaterinburg, 620144, 62/45 8-th Marta/Narodnoy Voli st.; e-mail: ivgord@mail.ru)

Summary. The article is devoted to the problems of higher education quality assessing from the perspective of employers and students. It is shown that, despite significant differences in their approaches to the analysis of the educational process, it is possible both to take into account the requirements of consumers of educational services, and successfully adapt the education to the conditions of a market economy.

Key words: high education quality, education services, students, employers.

Современное общество немислимо без высококвалифицированных специалистов, обучение которых превратилось в полномасштабный бизнес-процесс. Таким образом, следует признать, что социум рассматривает знания как некий товар, качество которого потребитель имеет полное право оценивать. Однако, поскольку любая образовательная услуга, независимо от статуса оказывающего ее учебного заведения, обладает существенной спецификой, то и в качестве «потребителя» услуги можно рассматривать одновременно самих учащихся (условно их можно обозначить термином «внутренние потребители»), а также работодателей и государство, способное

выполнять функцию эксперта и работодателя («внешние потребители»). Приходится констатировать, что подход внешних и внутренних потребителей к оценке качества современного высшего образования, так же как и претензии к последнему, характеризуются противоречивостью, что может быть обусловлено существенными различиями в социальном статусе, жизненном опыте, а самое главное – в мотивах оценки качества образовательного процесса.

Не секрет, что значительная часть учащихся первого-второго курса любого высшего учебного заведения, только приступившая к адаптации к условиям самостоятельной жизни, рассматривает период пребывания в вузе как «лучшее время молодости», которое не должно быть обременительным для среднестатистического студента. Вполне естественно, что, с точки зрения подобной позиции, наиболее высокую оценку учащихся получают те учебные заведения, которые «не перегружают знаниями», предоставляют возможность пропускать занятия, посвящая время подработке или отдыху и пр. Что касается учащихся старших курсов, то для них существенным критерием качества обучения является перспектива успешного трудоустройства на престижную и высокооплачиваемую должность и продвижения по карьерной лестнице. С подобной точки зрения все изучаемые в вузе дисциплины подразделяются на две категории: имеющие отношение к работе по специальности и «ненужный балласт» (физкультура, философия и т.д.), которые рассматриваются как «неизбежное зло».

С позиции потенциальных работодателей важнейшим критерием успешности высшего учебного заведения является качество подготовки специалистов. К сожалению, по мнению многих работодателей, уровень обучения последних оставляет желать лучшего, так как при наличии некоего набора теоретических знаний современным выпускникам вузов не хватает коммуникативных навыков, инициативности и пр., то есть учащиеся не обладают необходимыми компетенциями в своей сфере деятельности. В то же время и внутренние и внешние потребители образовательных услуг отмечают удаленность российской высшей школы от потребностей рыночной экономики, инертность учебных программ, перегруженных теоретическими дисциплинами, консерватизм профессорско-преподавательского состава, не желающего использовать в учебной практике инновационные образовательные технологии [1-2].

По мнению Н.В. Седовой и В.А. Седова, противоречия между спросом и предложением на рынке образовательных услуг, проявляющиеся через «противоречия между интересами образовательных учреждений и интересами работодателей», частично

разрешаются путем установления между последними и администрацией вузов взаимовыгодного сотрудничества, которое может быть реализовано различными способами: через включение работников коммерческих и промышленных предприятий в учебный процесс, прохождение учащимися реальной практики на предприятиях и в организациях, корректировку вариативной части учебных дисциплин в соответствии с пожеланиями потенциальных работодателей [3, С.16]. В то же время, как показывает практика сотрудничества УрГЭУ с предпринимателями, потенциальные работодатели, заинтересованные в привлечении квалифицированных сотрудников, охотно участвуют в разнообразных «Днях профессий» и тренингах на базе университета, а также заинтересованы в привлечении студентов на практику, что позволяет решить две задачи: во-первых, учащиеся получают реальное представление о своей будущей профессии, изучив деятельность организации «изнутри»; во-вторых, потенциальный работодатель может оценить профессиональную пригодность будущего сотрудника.

Что касается повышения мотивации к обучению внутренних потребителей образовательных услуг, то данная проблема может быть решена путем профориентационной работы сотрудников вуза на базе учреждений среднего образования. Подобная деятельность осуществляется через традиционные Дни открытых дверей, регулярное участие преподавателей университетов в Днях науки на базе школ, проведении мастер-классов по предметам школьной программы и профильным дисциплинам для учащихся, работы в качестве экспертов на конференциях и разнообразных конкурсах в школах и колледжах и др. Данная практика позволяет не только привлечь абитуриентов в конкретный университет, но и повысить мотивацию к получению высшего образования, заинтересованность в конкретной профессии, возможность выбора специальности и приобретение навыков научно-исследовательской работы. В частности, профориентационные мероприятия, осуществляемые сотрудниками УрГЭУ совместно с управлением по довузовской подготовке, позволили почти в два раза повысить набор учащихся в колледж университета в 2017 г., увеличить количество студентов первого-второго курса, занимающихся научно-исследовательской деятельностью, а также стимулировать заинтересованность последних в работе по специальности после завершения обучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Давыденко, Т.М. Роль работодателей в процессе развития профессиональных компетенций студентов при реализации учебных и производственных практик / Т.М.