

СОВРЕМЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КАК ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩАЯСЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПЛОЩАДКА*

© 2019 Сураева Мария Олеговна

доктор экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет, Россия, Самара

E-mail: panda63d@mail.ru

Динамично развивающийся рынок образовательных услуг высшего образования стремительными темпами становится глобальным. Такого рода трансформация происходит в результате появления новых «игроков» на рынке и изменения принципов их взаимодействия. Рассмотрены основные изменения, происходящие на рынке образовательных услуг высшего образования под воздействием инновационных технологий.

Ключевые слова: инновации, университеты, инновационные образовательные технологии, бизнес-сообщества, корпоративный университет, качественное образование, партнерство в области передачи знаний.

Из-за процесса всеобщей глобализации все большее влияние на сферу образования оказывают различные факторы, такие как технологии, инновации, международная конкуренция и многие другие и тем самым сильно ее меняют. В настоящее время существуют две движущие силы для создания прорывных технологий в сфере образования, во-первых — это международный рынок образовательных услуг высшего образования, во-вторых — стремление привести рынок образовательных услуг к единому формату. Высшее образование необходимо оптимизировать для увеличения спроса на рынке образовательных услуг, уделяя особое внимание вопросу качества образования. Необходимо менять сферу образования, чтобы она соответствовала мировым стандартам.

Целью исследования является определить изменения, происходящие на рынке образовательных услуг высшего образования, выявить появление новых игроков на рынке, и определить какие образом они меняют правила на рынке образования.

Предметом исследования являются процессы, связанные с развитием качественной системы высшего образования, объектом исследования является рынок образовательных услуг высшего образования.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить какие возможности открываются с применением инновационных образовательных технологий;

- перечислить новых игроков на рынке образовательных услуг высшего образования, определить какое они оказывают влияние на традиционную систему высшего образования.

Новые условия общества, требования к уровню образования и личностному развитию уже привели к изменению технологии образования. Сегодня инновационные технологии позволяют организовать учебный процесс с учетом профессиональной направленности обучения, а также ориентировать студента на его интересы, склонности и способности [1, с. 19]. Сегодняшнее высшее образование трансформируется с помощью технологий. Студенты могут получать данные и информацию с высокой скоростью и точностью. Среди таких инноваций ведущее место занимают следующие виды, как обучение, ориентированное на учащихся; проблемное обучение; тестовая форма контроля знаний; проектное обучение; метод кейса; корпоративное обучение; дистанционное обучение и т.д.

Внедрение инновационных образовательных технологий дает широкие возможности для развития процесса дифференциации и индивидуализации образовательной деятельности. Инновационные образовательные технологии связаны с повышением эффективности образо-

* Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием Министерства образования и науки РФ № 26.940.2017/ПЧ, проект «Управление изменениями в системе высшего образования на основе концепции устойчивого развития и согласования интересов».

вания и воспитания. Они направлены на конечный результат образовательного процесса — это подготовку высококвалифицированных специалистов с фундаментальными и прикладными знаниями. Такие специалисты будут способны успешно осваивать новые, профессиональные и управленческие направления, гибко и динамично реагировать на изменяющиеся социально-экономические условия, обладать высокими морально-гражданскими качествами в условиях инновационного образовательного пространства [2, с. 18].

Параллельно технологической революции, мы наблюдаем другую революцию более значимую, а именно огромное расширение высшего образования и появление новых игроков на всемирном рынке, таких как онлайн-университеты, корпоративные университеты и т.д.

В настоящее время уже существуют и применяются инновации, которые помогают доносить знания разными способами, но как в сложившихся условиях гарантировать качество высшего образования, необходимо четко понимать его цели, которые бывают разными, поэтому следует глубоко продумать то, что является новым аспектом обеспечения качества.

Корпоративные университеты стали новым феноменом в мировой индустрии образования, потому что их число постоянно растет, что является существенным изъятием спроса с традиционного рынка образования. Компании тратят огромные средства на построение у себя системы корпоративного образования, понятно что существует огромное разнообразие моделей и целевых аудиторий корпоративных университетов, но тем не менее есть несколько причин, которые способствуют дальнейшему развитию этого тренда [3, с. 29]. Таких причин несколько: во-первых весьма очевидно что человеческий капитал становится главным источником конкурентных преимуществ для тех компаний, которые стремятся к устойчивому инновационному развитию, кроме того можно наблюдать противоположный тренд — это нарастающий дефицит качественной рабочей силы. Компании озабочены гарантированием соответствия своим стратегиям качества тех управленческих кадров, которые у них есть сейчас. Во-вторых, серьезно меняется само понятие корпоративный университет, если 15–20 лет назад это были в основном учебные центры, где главной программой были тренинги по развитию тех или

иных навыков, то сегодня мы видим корпоративные университеты, которые по сути являются бизнес-школами внутри корпораций или внутри бизнес групп, что говорит о совершенно новой модели корпоративных университетов, которые являются стратегическими партнерами руководства компаний. Третьим фактором является нарастающий разрыв между ожиданиями корпораций и тем качеством выпускников, которые дают традиционные университеты. Это классическая проблема вопроса разных скоростей работодатель и рынок труда развивается быстрее, чем университеты способны успеть за этими изменениями спроса. Попытка выйти из традиционного представления об университетских системах, если посмотреть на этот процесс глазами из корпоративного мира, безусловно ведущие корпоративные университеты, уже не будут сотрудничать со слабыми университетами, а будут сотрудничать только с теми университетами или бизнес-школами, которые ориентированы на международную репутацию. В обучении своих менеджеров крупные компании ориентируются на модель лидеры учат лидеров, тем самым понимая, что сегодня корпорации не могут получить системной поддержки даже от ведущих университетов в развитии стратегии компании. Безусловно, альянсы и партнерство между корпоративными университетами и ведущими университетами в будущем будет набирать свои темпы развития, но с другой стороны университеты упускают свой шанс потому, что они проигрывают конкуренцию со временем. Появление в последнее время большого количества корпоративных университетов является отражением восприятия того, что традиционная университетская система не готовит студентов с правильным сочетанием теоретических знаний и профессиональных навыков.

Улучшение качества на рынке образовательных услуг высшего образования достигается всегда благодаря конкуренции, соревнования между университетами это всегда хорошо, потому что вузы очень медленно меняются или адаптируются. Необходимо быть готовым к конкуренции в каком бы формате она не была, будь то конкуренция с цифровыми технологиями или конкуренция, чтобы попадать в крупнейшие рейтинги, потому что кто выигрывает в этом соревновании, тот выигрывает большее количество студентов [4, с. 44].

На сегодняшний день все большую прак-

тику приобретает онлайн-обучение, многие традиционные университеты начали делиться своими курсами. Безусловно, существует ряд преимуществ электронного обучения: удобное время, доступность, ответственность и самодисциплина, студент может выбрать курс исходя из собственных потребностей. Данные курсы позволяют людям меняться знаниями и вкладом, который они уже сделали, обогащает обсуждение то, что у людей может быть разный возраст, жизненный и трудовой опыт, культурная составляющая [5, с. 58]. Однако онлайн-обучение следует рассматривать только лишь как дополнение и расширение классических форм высшего образования, потому что невозможно полностью заменить личный контакт с преподавателем или человеческие отношения, которые развиваются в группе.

Университетам необходимо уделить внимание способности развития деловой и предпринимательской окружающей среды, сюда могут входить мероприятия, которые помогают строить более предприимчивую культуру (особенно среди студентов и выпускников), предпринимать все меры, которые бы помогли построить более благоприятную бизнес-среду, как для новых, так и для существующих фирм. Необходимо обучать студентов быть более «предприимчивыми» помогать развивать их жизненные навыки, которые сделают их более продуктивными и инновационными в их будущей карьере, неважно наемная это или самостоятельная работа [6, с. 81]. Но помимо содействия развитию предпринимательских навыков у студентов, университеты в данном случае будут способствовать развитию бизнес-базы в своем регионе.

Одним из инструментов, способных привлечь значительные инвестиции в регион является партнерство в области передачи знаний. Предоставление данного вида партнерства необходимо предприятиям со стратегической необходимостью, доступ к знаниям университета необходим для повышения их конкурентоспособности и производительности [7, с. 95]. Схема работы состоит в следующем, выбирается одаренный выпускник или исследователь и трудоустраивается в компанию с академическим надзором. Компании это дает стратегическое преимущество, а университету ценный производственный опыт. В зависимости от потребностей организации и желаемых результатов, партнерство в области передачи знаний может

варьироваться в пределах от одного до трех лет. Партнерство по передаче знаний касается поощрения мобильности человеческого капитала между университетами и региональными компаниями. Данное партнерство гарантирует, что максимальное значение инвестиций в исследования будут внедрены именно в данном регионе. Исследователи, которые не подвержены давлению ведения бизнеса могут быть высококвалифицированными специалистами помогая преодолевать эндемические проблемы. А университет, который будет работать со многими предприятиями одной и той же отрасли сможет распространять знания между ними. Сотрудникам университета это позволит работать в гораздо более широкой географической сфере. Университеты, особенно те, кто обладают мировой репутацией в области конкретной отрасли или технологии будут востребованы ведущими предприятиями независимо от их местонахождения.

Таким образом, для решения вопроса качества образования, необходимо ориентироваться на принципы профессионализма и открытости, необходимо более тесное сотрудничество с бизнес-сообществом. Требования современности таковы, что уже мало получить качественное профессиональное образование и затем всю жизнь конвертировать его в опыт, сейчас настолько стремительны изменения, что необходимо буквально каждый день чему-то учиться. Современный университет должен выходить за рамки только высшего профессионального образования, необходимо создать систему непрерывного образования для того, чтобы каждый обучающийся мог построить свою индивидуальную образовательную траекторию на любом временном промежутке своей профессиональной деятельности. Не исключено появление новых игроков, но любой университет, который следит за своей репутацией и который ставит для себя задачу подготовку специалистов способных конкурировать на глобальном рынке труда, очень много усилий и внимания уделяет проблемам качества образования, а качественное образование невозможно без тесного сотрудничества с бизнес-сообществом. Необходимо очень тесное взаимодействие в рамках деятельности одного университета образовательной и научно-исследовательской компонентой и необходимо давать такой же объем социализации, т.е. вне учебной деятельности, социальных

проектов, так как современному работодателю сейчас не хватает только профессиональные компетенции выпускникам вузов, необходимо, чтобы личностные качества были достаточно яркими. Кроме того, необходимо уделять особое внимание отбору студентов, которые придут поступать в университет, необходимо начинать работать со школами для того, чтобы в дальнейшем в университет пришли мотивированные абитуриенты. Безусловно, если будет налажена связь на всех этапах, начиная с профнавигации и заканчивая трудоустройством в большей сте-

пени интеграции с бизнесом, то вопрос качества образования может быть решен.

Существуют различные составляющие системы образования, взаимодействие внутри этой системы составляет потенциал для важных изменений в образовательной системе именно на уровне университетов. Глубинное исследование и понимание того, что корпоративные круги заинтересованы в хороших профессионалах, это измерение которое может помочь расширить традиционные рамки понимания образования.

Библиографический список

1. Акулинин Ф. В., Пономарев М. А. Высшее образование как инструмент инновационного развития экономики России // Экономика образования. 2010. № 6 (61). С. 5–22.
2. Куликова Ю. П. Инновационные консорциумы высшей школы в системе управления образованием // Управление образованием: теория и практика. 2012. № 2 (6). С. 17–21.
3. Старова О. В., Мальцева М. В. Инновационные тенденции в высшем образовании и их влияние на качество образования в России // Развитие современного образования: теория, методика и практика. 2016. № 1 (17). С. 28–31.
4. Савельев А. Инновационное высшее образование // Высшее образование в России. 2010. № 6. С. 42–45.
5. Сергеева М. Г., Ломакина Т. Ю. Предпосылки развития инновационных процессов в высшем образовании // Качества. Инновации. Образование. 2011. № 12 (79). С. 57–62.
6. Струк Е. Н. Европейский инновационный процесс в образовании и его влияние на высшую школу в России // Современные проблемы науки и образования. 2006. № 4. С. 80–81.
7. Шакуров А. А. Инновационные процессы в современном высшем образовании // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2010. № 2 (111). С. 92–96.