

## СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО ВЛАДИ, ОСВІТИ ТА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

*Чирва Ольга Григорівна*

*д.е.н., професор*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В сучасних умовах глобалізаційного розвитку конкурентоспроможність економіки країни залежить від її здатності вчасно та адекватно реагувати на потреби суспільства та продукувати інновації, що є можливим лише за умови розбудови якісної системи освіти та високої якості людського капіталу. Інноваційний розвиток країни базується на створенні та впровадженні нових технологій в усіх сферах економіки та суспільного життя. При цьому максимальний ефект досягається тоді, коли такі технології продукуються всередині країни як результат ефективної роботи високоосвічених і кваліфікованих кадрів.

Партнерство влади, бізнесу та вищих навчальних закладів удосконалює процес підготовки фахівців, що відповідають вимогам ринку праці та сприяє розвитку дослідницької й інноваційної діяльності. Найпоширеніша модель партнерства, яка склалася сьогодні в Україні, – підготовка спеціалістів для потреб компаній через програми стажувань та проходження практики. Проте ця модель не має впливу на якість підготовки випускників ВНЗ загалом.

Сьогодні, в умовах зростаючої конкуренції, економіка потребує великої кількості висококваліфікованих працівників, тому на ринку освітніх послуг з'являється новий гравець – роботодавець. Проте більшість підприємств наразі не розраховує, що отримана освіта у вітчизняних університетах дозволить молодому спеціалісту одразу стати до роботи. Отримані у вузах знання сприймають як відправну точку для подальшого навчання молодого спеціаліста. Особливій критиці з боку підприємств піддаються практичні навички випускників. Тож підприємства, які прагнуть отримати кваліфікованих молодих спеціалістів, шукають нові можливості для їх підготовки. Для досягнення цієї

мети навчальні заклади і підприємства повинні створювати партнерські відносини, які будуть виграшні для обох сторін.

Імплементация Закону України «Про вищу освіту» окреслює вектор ефективного партнерства університетів і бізнес-компаній, яка включає в себе:

- програми стажування;
- навчальні курси та лабораторії від компанії;
- програми студентських конкурсів від компанії;
- проведення ярмарків, тижнів, днів кар'єри, тренінгів, семінарів, майстер-класів із різних аспектів;
- організація екскурсій на підприємства;
- створення кар'єрних сторінок;
- пошук пропозицій часткового працевлаштування;
- проведення конференцій, конкурсів бізнес-проектів, тощо.

Ефективне партнерство університетів і бізнес-компаній може організовуватися завдяки:

- організації стажувань – якщо говорити про більшість ВНЗ України, то при встановленні контактів між роботодавцями і представниками університетів інколи виникають труднощі. Нажаль, бізнес не завжди погоджується надавати можливості для стажування викладачів і практики студентів, оскільки вважає свою діяльність комерційною таємницею. Дуже важливо, щоб при встановленні контактів учбовий заклад міг зацікавити представників бізнесу у співробітництві. Це можна здійснити, впроваджуючи наукові розробки, проекти і дослідження, котрі можуть зацікавити підприємство, а презентації таких проектів може проводити міська влада;

- програм спільної підготовки спеціалістів навчальними закладами і підприємствами (взаємодія на етапі організації навчального процесу). Без участі підприємств у підготовці спеціалістів важко розраховувати на те, що академічна підготовка буде повністю задовольняти вимоги ринку праці. Роботодавець хоче бачити спеціаліста з дипломом і досвідом роботи, а

викладачі, в першу чергу, мають забезпечувати теоретичну основу, і тому студенти повинні відвідувати всі заняття, передбачені програмою.

Відповідно до закону «Про вищу освіту» сьогодні підприємства мають змогу брати участь у розробці освітніх програм, які базуються на компетентністному підході. Тому, участь професіоналів (практиків з підприємств) у процесі навчання – зокрема, проведення працівниками компанії гостьових курсів для університету є надзвичайно важливою.

- створення навчальними закладами для ефективнішої співпраці з потенційними роботодавцями так званих центрів працевлаштування. Їхня мета – сприяти студентам і випускникам у працевлаштуванні, консультувати з питань регулювання взаємовідносин на ринку праці. Для потенційних роботодавців такі центри пропонують розміщення вакансій, проведення інформаційно-рекрутингових заходів і тренінгових семінарів із працевлаштування за участі компаній. Усі ці питання можливо втілити у центрі партнерства з підприємствами, але при цьому варто співпрацювати з таким важливим актором ринку як місцева влада, яка, власне буде виступати у ролі посередника між університетом та підприємствами.

Однак необхідно згадати проблему вибору професії абітурієнтами. Як показує практика нинішні абітурієнти недооцінюють рівень свідомості при виборі своєї майбутньої професії. Тому, профорієнтаційну роботу треба починати ще зі школи, адже саме вона допоможе молоді у свідомому виборі спеціальності та урізноманітнить навчальний процес й позакласну роботу.

Нині університети забезпечують себе додатковими доходами та новими ідеями зі сфери підприємництва, що допомагає їм проводити наукові дослідження при підготовці студентів. Отже, налагоджена система роботи університету з потенційними роботодавцями підвищує привабливість навчального закладу в очах студентів та абітурієнтів. Підприємства, в свою чергу, можуть розвинути систему адресної підготовки майбутніх працівників, котрі закриватимуть вакансії та матимуть достатньо практичних навичок для успішної роботи на підприємстві.