

**Г. Е. ЗБОРОВСКИЙ,**

*декан социологического факультета Уральского социально-гуманитарного университета, заведующий кафедрой социологии, доктор философских наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ (Екатеринбург)*

## **ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ И БИЗНЕС: ПРЕДПОСЫЛКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Сегодня в нашей стране существует настоящая пропасть между высшим образованием и бизнесом. Каждая из систем функционирует сама по себе и плохо взаимодействует с другой. Бизнес пока не готов к систематическим отношениям с вузами и занят хаотическим латанием дыр в собственном кадровом обеспечении. Система же высшего образования выступает как самодостаточная, не ощущающая (опять же пока!) зависимости от бизнеса и дистанцирующаяся от него.

Хотя уже сейчас есть исключения в виде, скажем, успешного сотрудничества Уральской горнометаллургической компании и Уральского государственного технического университета. В ходе такого взаимодействия вуз готовит для компании порядка трехсот специалистов с заданными профессионально-квалификационными характеристиками. Однако подавляющее большинство вузов обходится без подобного взаимодействия. Такая ситуация будет продолжаться до тех пор, пока можно будет хоть как-то существовать на бюджетные деньги.

К сожалению, в вузах не готовят людей к занятию бизнесом. В лучшем случае читают общие курсы менеджмента, маркетинга, еще что-то в этом духе. Естественно, здесь

не имеются в виду учебные планы экономических, коммерческих, финансовых и других специальностей, где существует целый ряд иных дисциплин и курсов, касающихся формирования корпоративной культуры, профессиональной и управленческой компетентности бизнесмена, проблем лидерства и т. д. Но и это делается без активного включения вузов и студентов в практическую деятельность бизнес-структур, фирм. При этом для вуза «практическая» означает не что иное, как качественную организацию необходимой практики.

Вместе с тем хотелось бы обратить внимание на основные образовательные программы по многим неэкономическим специальностям, которые сегодня активно «раскручиваются» и в рамках которых также готовят участников бизнеса, например, социокультурный сервис, туризм, реклама и др. Всем хорошо известно, как активно развивается гостиничный, туристический и рекламный бизнес, сколько предприятий создается в этих сферах деятельности. Но уровень и качество профессиональной подготовки молодых людей — выпускников вузов по этим специальностям, который позволил бы им успешно развивать свой собственный бизнес в названных сферах

деятельности, оставляют желать много лучшего.

Это лишь один частный пример. Однако описанная ситуация в названных выше видах бизнеса является скорее правилом, чем исключением. Она свидетельствует об отсутствии взаимодействия между институтами высшего образования и бизнеса и позволяет ставить в качестве одной из ключевых проблем создание взаимовыгодного сотрудничества между ними. Пока отечественная система высшего образования «работает» прежде всего на себя. В существовании такой системы вузовского образования заключается принципиальное различие между развитыми странами, где профессиональное образование отчетливо направлено в сторону бизнеса, и Россией.

Конечно, любая система, любой социальный институт в первую очередь стремится к собственному воспроизводству и развитию. Весь вопрос в том, за счет чего оно будет осуществляться. У нас существует глубокое убеждение в том, что здесь необходимо идти по пути наиболее развитых стран. Так, многое может дать использование американского опыта. Известно, что даже провинциальные университеты США тесно связаны с фирмами, для которых готовят кадры. Это сотрудничество является принципиальным как для первых, так и для вторых. Представители бизнеса являются самыми уважаемыми людьми в таких университетах, они входят в их попечительские советы, во многом определяют образовательную политику вузов, поскольку лучше других знают проблемы и потребности бизнеса. Речь уже не идет о спонсорской деятельности этих людей, без которой провинциальные университеты вряд ли успешно развивались бы. Во многих американских университетах существует традиция ежегодных встреч руководителей вуза и факультетов с представителями бизнеса, принимающими активное участие в деятельности университета. Их, как правило, бывает несколько десятков человек.

Представляется, что по подобному или близкому к нему пути пойдет и отечественная система высшего образования. В условиях резкого сокращения бюджетного финансирования (что видно уже сегодня, завтра же оно будет еще более значительным) ее будущее видится в тесном сотрудничестве с бизнесом, который также объективно заинтересован в данном процессе, поскольку он нуждается в специалистах высокой квалификации. В этом по существу состоит наш прогноз относительно взаимодействия бизнеса и высшего образования.

Здесь возникает вопрос о судьбе бизнес-образования, в том числе многочисленных бизнес-школ, которое в определенном смысле может рассматриваться как своеобразный «мостик» между вузом и бизнесом. Но, как известно, мостик может не только соединять, но и разделять структуры, находящиеся по обеим его сторонам. Сегодня «разъединительная» функция, по всей видимости, преобладает. Однако ситуация может (и должна) измениться в самое ближайшее время. Логика развития взаимодействия высшего образования и бизнеса должна привести к повышению удельного веса «соединительной» функции этого процесса.

Вряд ли такое взаимодействие, если оно состоится, нанесет ущерб бизнес-образованию, у которого есть своя ниша. Но какая-то его перестройка в сторону повышения практической отдачи станет необходимой. Это же касается и вузов. Поэтому в качестве одной из моделей взаимодействия высшего образования и бизнеса имеет смысл рассматривать усиление связей между высшим и бизнес-образованием, а возможно, и их объединение, по крайней мере в каких-то сферах деятельности и обслуживания бизнеса.

Результаты социологических исследований, проведенных в высшей школе в последние годы, свидетельствуют и о резервах, и о ресурсах вузов — как путем привлечения к учебе немалой части бизнесменов в рамках основных, дополнительных и послевузовских образовательных программ, так и за счет развития бизнес-образования в стенах учебных заведений. Несомненно, при условии соблюдения надлежащего качества высшего образования такая ситуация будет активно способствовать усилению его взаимодействия с бизнесом.

Сегодня совершенно очевидно, что с переходом к информационному обществу, которое многие исследователи, включая нас, характеризуют как общество образования и знания, все большая часть времени работников должна уделяться повышению знаний, обучению и исследованиям. Общество знания превращается в глобальный феномен, особенно в связи с развитием мировой электронной сети, поскольку информация может быть получена практически в любое время и почти из любой точки мира. Информация же является основой знания.

Хотелось бы обратить внимание на то, что информация и знания — это не одно и то же, хотя в литературе данные понятия нередко смешиваются и отождествляются. Экономическая и социальная ценность знаний,

которыми обладают люди в организациях, далеко превосходит все их финансовые активы, капиталовложения и другие ресурсы. Не случайно один из крупнейших социологов современности П. Бурдье рассматривал знания как важнейший культурный, интеллектуальный капитал, который может в определенных условиях превратиться в экономический.

Весь вопрос в том, каким это знание должно быть. Для высшей школы поставленная проблема — соотношение образования и знания — очень значима, поскольку образование выступает прежде всего транслятором определенного типа (вида) знания. Знания, равно как и компетентность персонала, которые лежат в основе развития организации, являются содержанием как высшего, так и бизнес-образования. Сегодня все более понятно: чтобы выстоять в жесткой конкурентной

борьбе, фирмы должны больше рассчитывать на знания, квалификацию, опыт, суждения и профессиональные качества всех своих сотрудников.

Мы глубоко убеждены, что бизнес-слои общества и «работающее» на них высшее образование нуждаются в специальных исследованиях, в том числе социологических, которые касались бы их взаимосвязи и взаимодействия. Главными направлениями таких исследований, как нам видится, являются, во-первых, изучение образовательных потребностей этих слоев, во-вторых, анализ качества высшего образования на макро- и микроуровне. При этом под первым понимается соответствие этого вида образования требованиям современных образовательных и производственных стандартов, под вторым — оценки потребителями высшего образования его качества и эффективности.