

різних галузей економіки, в свою чергу підприємці активно залучають академічну спільноту для комерціалізації проектів, зменшення розриву теорії та практики.

Сучасна практика партнерської взаємодії нараховує кілька форм роботи. Однією із найпоширеніших способів сьогодні залишається студентська практика, яка дозволяє майбутнім фахівцям попрацювати на профільній посаді у конкретній галузі, в свою чергу, навчальний заклад вирішує проблему забезпечення студентів практичними знаннями, а підприємство має можливість апробувати потенційних працівників в умовах реальної роботи підприємства.

Поряд із цим, досить затребуваними сьогодні виступає і така форма взаємодії як ендаумент – створення цільових фондів для фінансування освітніх проектів. Варто зазначити, що питання використання такого інструменту є досить дискусійним. З одного боку наголошують, що фінансування навчальних закладів повинно залишатись прерогативою навчального закладу, з іншого боку, за наявності правової та фінансової бази така форма повинна розвиватись та працювати, забезпечуючи користь обом учасникам.

Отже, в сучасних умовах розвитку освіти, вагому роль відіграє інтеграція науки, освіти та бізнес-структур. Саме наука виступає одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки, а вирішення питань підготовки досвідчених спеціалістів можливе при тісній взаємодії та співпраці навчальних закладів і бізнесу.

*Криворучкіна О.В., к.геол.н.,  
доцент кафедри економіки підприємств,  
Клименко С.М., к.е.н.,  
доцент кафедри економіки підприємств*

### **КЛЮЧОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИДАТНОСТІ СТУДЕНТІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ**

Сучасний формат вищої освіти актуалізує проблематику забезпечення придатності студентів до працевлаштування (*employability*), яка виступає пріоритетною компетенцією випускника та уособлює у собі його здатності до виконання конкретних виробничих завдань. Емпіричними дослідженнями останніх років доведено, що лише 8 % роботодавців віддають перевагу престижності ВНЗ потенційного працівника, переважна ж більшість орієнтується на рівень знань, умінь, навичок претендента та його бажання до перманентного вдосконалення та професійного розвитку.

При цьому варто відзначити, що традиційний зріс вищої освіти сфокусований на подрібненні цілісного предметного змісту економічних наук на десятки навчальних дисциплін і представлений у вигляді абстрактних знакових систем. Відповідно, сучасний конструкт вищої освіти здебільшого обмежений рамками формального пізнання і розуміння інформації студентами, тобто має предметно-поняттєвий характер. Він забезпечує збереження всіх атрибутів вищої освіти: підготовка до практичних занять, виконання індивідуальних завдань, відвідування лекцій тощо. Однак, недостатньо уваги приділяється осмисленню отриманої інформації, втрачаються ціннісно-сміслові вектори навчального процесу.

Успішна реалізація майбутнього спеціаліста у мобільному соціальному просторі, здатність досягати поставлених цілей залежить від формування у студентів чіткої суб'єктної диспозиції. Це актуалізує проблематику формування особистісної ідентичності та особистісного смислу. Традиційний формат вищої освіти сфокусований на максимальному збагаченні знаннями, відповідно, у студентів формується чітке уявлення, що чим більше знань він отримує, тим більше шансів у нього отримати престижну роботу. Практика свідчить, що зазвичай цього не відбувається, а те, що фактично вивчає студент, і те, що необхідно у майбутній професійній діяльності у багатьох випадках не співпадає.

Зазначене вимагає трансформації підходу до освіти від забезпечення простого пізнання навчального матеріалу до особистого усвідомлення смислу економічних процесів і явищ. Широкоформатний спектр сучасних інноваційних методів вищої школи повинен бути орієнтованим на формування індивідуалізованого відношення студентів до навчальних дисциплін, усвідомлення ними значущості інформації для реалізації у професійній сфері. Як наслідок, конкурентні позиції випускника на ринку праці будуть визначатися не лише накопиченою сумою знань (умінь, навичок, компетенцій), а органічною єдністю інтелектуальної, мотиваційної, ціннісної та комунікаційної складових.