

ПРАКТИКА ПАРТНЕРСТВА БІЗНЕСУ З АКАДЕМІЧНОЮ СПІЛЬНОТОЮ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Сьогодні ключовим джерелом конкурентних переваг компаній і національних економік на світових ринках став людський ресурс, випередивши капітал і технології. Знання та технології, подібно до капіталу, є надзвичайно мобільними і здійснюють своє переміщення через кордони з високою швидкістю, долаючи спроби щодо їх монополізації та приховування.

Для підготовки висококваліфікованих фахівців визначальним є рівень розвитку системи професійної освіти. Дана проблема є точкою зіткнення інтересів держави, студентів, абітурієнтів, а також бізнес-суб'єктів, які орієнтуються на залучення до своїх структур освічених, компетентних і високопродуктивних працівників. Такий збіг інтересів актуалізує практику партнерства комерційних структур і університетів. Так, прийнята у Бонні «Декларація про співробітництво університетів і компаній», відзначаючи суттєвий внесок вищих навчальних закладів у формування «суспільних знань», наголошує на необхідності долучення до системи освіти й інших зацікавлених акторів ринку праці, серед яких центральна роль відводиться саме бізнесу [1].

Співробітництво університетів із комерційними компаніями дозволяє вирішувати, принаймні, три проблеми, що є нагальними сьогодні у вітчизняній системі освіти: дисбаланс між професійною підготовкою та працевлаштуванням випускників вищих навчальних закладів, низький рівень фінансування вищої освіти, зниження наукової активності університетів.

Взаємодія університетів із комерційними акторами дає можливість підвищити релевантність вищої освіти. Таке співробітництво може бути реалізоване у різноманітних формах: розповсюдження в академічних установах інформації щодо компанії в цілому, наявних вакансій, організація стажувань і практики для студентів. Проте найпродуктивнішими з точки зору подолання дисбалансу між професійною підготовкою та вимогами ринку праці є залучення бізнесу до підготовки фахівців, а саме: розробка спільних навчальних програм інноваційних курсів, проведення навчальних тренінгів представниками бізнес-структур, створення на базі університету базових кафедр компаній (наприклад, кафедри KPMG, E&Y у КНЕУ), участь академічної спільноти у міжнародних сертифікаційних програмах (CFA, SIMA і т. ін.). Усе це здатне занурити студентів в атмосферу майбутньої професії, сформувати зацікавленість у ній, а представники компаній на даному етапі мають унікальну можливість відбору майбутніх перспективних кадрів. Ще однією з можливостей для бізнесу є підготовка в університеті потенційних кадрів і підвищення кваліфікації чинних співробітників. Але найцікавішим, на нашу думку, є залучення бізнесу до наукових розробок університету. Формування спільного інтелектуального та інноваційного простору, бізнес-інкубаторів, що підтримують Start-up проекти, є важливою складовою партнерства академічної спільноти і підприємницьких структур. Таке співробітництво дає синергійний ефект для всіх його акторів, допомагаючи бізнесу «розвивати свої динамічні можливості з урахуванням нових форм конкурентних переваг» [2].

Отже, основними позитивними ефектами партнерства бізнесу з академічною спільнотою можна визначити такі: 1) посилення ролі у розвитку регіональної та національної економіки; 2) фінансування з відносною свободою використання ресурсів; 3) можливість реального впровадження розроблених ідей; 4) доступ до високотехнологічного обладнання; 5) можливість заохочення та стимулювання власних співробітників через преміювання та призначення стипендій.

Література

1. Bonn Declaration «University-Enterprise cooperation: building on new challenges from past experiences». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.eua.be/fileadmin/user_upload/files/-newsletter/Bonn_Declaration.pdf.
2. Dasgupta M., Gupta R., Sahay A. Linking Technological Innovation, Technology Strategy and Organizational Factors // Global Business Review. – 2011. – №12. – P. 261.