

О КОНЦЕПЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ПРОЕКТНО-РЕСУРСНОГО ЦЕНТРА, РЕАЛИЗУЮЩЕГО МЕЖВУЗОВСКИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ КАК МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РФ

И.Е. Барсуков

ГБОУ ВПО МО «Академия социального управления»

г. Москва

barsukov_ie@asou-mo.ru

В настоящее время система высшего образования является важным ресурсом подготовки менеджеров. С другой стороны система подготовки менеджеров в России как и ВУЗы находится в стадии реформирования. Необходимость реформирования обусловлена как минимум тремя факторами:

1) сокращение доли средств из федерального бюджета, выделяемых на образование в % к ВВП. Как следствие: отсутствие у Минобрнауки РФ ресурсов, позволяющих развивать все подведомственные вузы;

2) потеря конкурентоспособности на глобальном рынке образования (доля РФ в мировом образовательном рынке сокращается), и на внутрироссийском рынке прикладного образования (бюджеты корпоративного внутреннего обучения растут существенно быстрее, чем бюджеты на совместные проекты с вузами¹). Вуз, как объект инвестиций для бизнеса, в основном, неинтересен (материалы ИРО НИУ ВШЭ, представленные в рамках 4 ежегодной конференции РАИВО, посвященной исследованиям образования сентябрь 2013 г.²).

3) избыточное, в рамках текущей демографической ситуации, количество вузов, программ и ППС, в том числе, реализующих некачественные образовательные продукты, дискредитирующие образование в целом.

Предпринимаемые в настоящее время попытки реформирования направлены на:

а) реформирование законодательства (закон № 273 ФЗ, реформирование организационных форм вузов, новые образовательные стандарты, программно-целевое финансирование и пр.);

б) выявление и приоритетное финансирование эффективных вузов (мониторинг эффективности вузов, рейтингование, финансирование 82 вузов в рамках специальных программ, программа 5-100 и пр.);

в) изменение систем мотивации сотрудников вузов (новые системы оплаты труда, эффективный преподавательский контракт и пр.)

Вместе с тем, уже сейчас очевидно, что по вопросам подготовки менеджеров, данное реформирование не повысило качество образования. Это касается многих аспектов реформирования. Программа приоритетного финансирования ведущих вузов не привела к прогрессу образовательной системы, а в отдельных случаях наблюдается явно нерациональное использование ресурсов. Только 12% вузов стали автономными³, т.е., имеющими устойчивую финансовую структуру, позволяющую эффективно развиваться в условиях современной экономической инфраструктуры. Система мотивации работников вузов, привязанная к ученым званиям и степеням, действующая на настоящий момент, также не способствует увеличению кадрового потенциала и обновлению высшей школы.

Однако, центральной проблемой, представляется, то, что за единицу измерения оценки качества/эффективности взят вуз (на уровне Минобрнауки) или, в лучшем случае,

¹ Ведомости. Бизнес учится по - новому № 87 22.05.2013

² Абанкина И.В. Университеты в региональной экономике - новая конфигурация ресурсов <http://educonf.hse.ru/2013/materials>

³ Материалы комитета Государственной Думы ФС РФ по образованию <http://www.komitet8.km.duma.gov.ru/site.xp/050049124053057051.html>

образовательная программа (при проведении общественно-профессиональной аккредитации различными организациями АККОРК, НАСДОБР и пр.). Безусловно, существующие ресурсы Минобрнауки не позволяют проводить более детальную оценку качества образования.

Очевидно, что *реальная единица измерения эффективности образования, это конкретный курс и преподаватель, или даже отдельные блоки в рамках этого курса.* Данное утверждение подтверждается тем, что в рамках внутрикорпоративного обучения компании конструируют образовательную программу, привлекая на очень небольшие блоки/разделы, доказавших свою эффективность преподавателей/бизнес-тренеров из совершенно разных организаций.

Кто проводит оценку	Единица измерения
Минобрнауки РФ	ВУЗ/УГС/Программа
Профессионально-общественная аккредитация	Программа
Бизнес-сообщество	ВУЗ/Программа/Блок/ Преподаватель
Общество	ВУЗ/УГС/Программа/Преподаватель

Рис. 1 Единицы измерения оценки качества/эффективности образования

В структуре любого существующего вуза есть востребованные/популярные и непопулярные программы. Их востребованность часто не коррелируется с качеством программы, а является следствием маркетинговой привлекательности направления подготовки, сильного бренда вуза или наличия нескольких «звезд» в составе ППС программы. Одновременно, сильные ученые/преподаватели на непопулярных программах могут быть востребованы как эксперты, но являются заложниками рыночной непривлекательности этих программ.



Образовательные программы

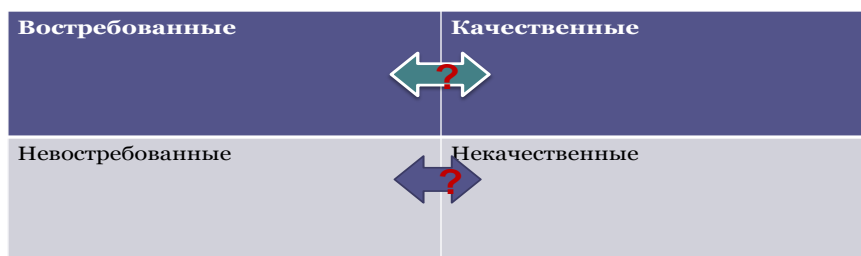


Рис. 2. Соотношение качества и востребованности образовательных программ

Как следствие, в условиях сокращения бюджетного финансирования, и необходимости «cut costs» ректоры вузов будут избавляться от непопулярных образовательных программ, и одновременно увеличивать штат и набор на популярных программах. Однако качество собственно образования на востребованных программах не

повысится, профессорско-преподавательский состав будет еще более неоднородным (с учетом требований штатности, научной квалификации и т.д.), и, одновременно, вуз лишится части сильных сотрудников с закрытием непривлекательных программ, либо будет вынужден использовать их на непрофильных программах, где они не будут столь эффективны. Эта тенденция хорошо осознается профессиональным сообществом. « Сама идея закрытия вузов неправильная. Надо закрывать не вузы, а программы. В одном вузе могут быть две хорошие программы, а 15 — дрянь. Скажем, в областном вузе сохранилась старая школа преподавания литейного дела. Ее нужно сохранить»⁴

Таким образом, российские вузы лишатся значительной части своего кадрового потенциала, и не продвинутся вперед в решении задачи внутренней и внешней востребованности и конкурентоспособности, что позволяет говорить о кризисе российской системы высшего образования. Безусловно также и то, что это движение вызовет конфликты корпоративной культуры в вузовском сообществе⁵.

Образовательные программы в структуре вуза	Орг. решения	Наполнение программы	Качество
Востребованные	Увеличение набора	Неоднородность ППС и студентов	Падает
Невостребованные	Закрытие/перепрофилирование	Отток ППС	?

Рис. 3 Прогноз трансформации образовательных программ в условиях реформирования законодательства РФ об образовании

Минобрнауки РФ является учредителем более 500 вузов⁶. Это в несколько раз больше чем в любой другой стране мира, и, таким образом, является, по сути корпорацией, крупнейшей естественной монополией (особенно, если принять во внимание не количество вузов, а долю студентов, обучающихся в вузах, подведомственных Минобрнауки).

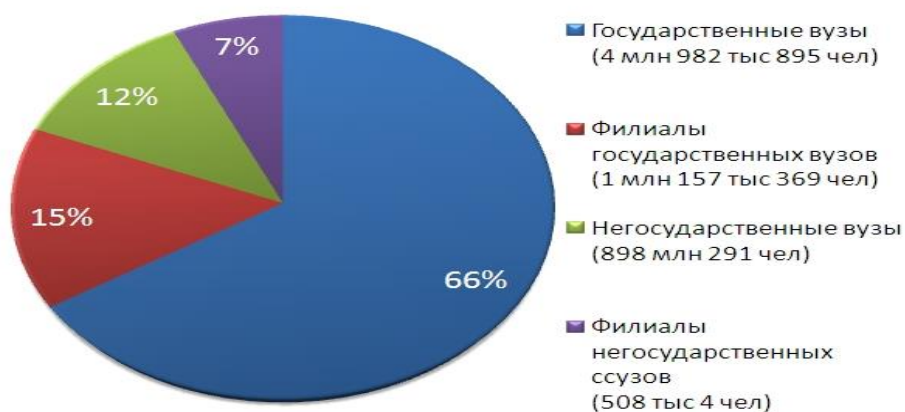


Рис.4 Структура рынка высшего образования в в РФ в 2013 г.

⁴ Директор Межрегиональной ассоциации мониторинга и статистики образования М. Агранович Эксперт . Урал № 43 28.10.2013

⁵ Е.А. Князев Об университетах и их стратегиях. М. НИУ ВШЭ 2012 С. 27-41

⁶ А.А. Климов www.moeobrazovanie.ru



Рис 5. Данные по количеству образовательных организаций в РФ в 2013 г. (Рособрнадзор РФ)

Очевидно, что в этом случае, для выживания и развития такой корпорации, необходима принципиально иная корпоративная стратегия, нежели та, которая существует сейчас и, что существенно, эта стратегия должна способствовать развитию системы подготовки востребованных кадров для рынка труда.

Автору представляется, что используя возможности существующей государственной образовательной инфраструктуры, принципы и механизмы⁷ сетевого взаимодействия необходимо исследовать возможности создания организационного механизма, позволяющего задействовать проектный подход к разработке и реализации образовательных продуктов подготовки менеджеров, оценить реальный преподавательский и научный потенциал вузов и предложить качественный образовательный продукт, востребованный и, частично финансируемый бизнес-структурами. В качестве организационной модели предполагается разработать проект создания сети проектно-ресурсных центров в ведении Минобрнауки РФ, вне вузовской структуры. Основная цель создания и деятельности таких центров – разработка и ведение blended лего⁸ проектов индивидуальных междисциплинарных образовательных программ (включая подготовку менеджеров), под потребности конкретной организации – заказчика такого образовательного продукта.

В существующей образовательной системе для того, чтобы получить межотраслевую и междисциплинарную подготовку под конкретные задачи не в рамках внутрикорпоративного обучения (которое реализуется только для уже работающих в компании) необходимо либо последовательно, либо параллельно обучаться на нескольких программах различных образовательных организаций. Вместе с тем, для подавляющего большинства потребителей образовательных программ подготовки менеджеров ключевой потребностью является возможность получить комбинацию лучших образовательных методик вне зависимости от того, в каком вузе и в какой аудитории они их получают.

Учебные центры констатируют постепенную переориентацию и бизнеса, и частных клиентов на более длительное системное образование, а также увеличение числа учебных проектов, инициатором которых выступают сами заказчики. С точки зрения заказчиков на нынешнем этапе развития рынок бизнес-образования испытывает серьезный дефицит

⁷ Goodyear, P. Banks, S. Hodgson, V. and McConnell, D. eds (2004). Advances in Research on Networked Learning. London: Kluwer Academic Publishers

Князев Е. А., Морган А. Управление и организационная адаптация российских университетов в условиях ресурсного дефицита // Университетское управление: практика и анализ. 2003.

⁸ Лего-образование Эксперт-Сибирь # 1 -2014

программ, ориентированных на решение узких задач отдельных предприятий и групп бизнесов. При этом по оценке Заместителя генерального директора группы компаний «Базовый элемент» Виктории Пестовой «Сейчас работодатели тратят на переучивание и подготовку своих сотрудников больше денег, чем государство тратит на все высшее образование в целом»⁹.

Расходы на развитие и обучение одного сотрудника в России

ГОД	СУММА, РУБ.
2007	14 500
2008	14 371
2009	7068
2010	5639
2011	7611
2012	12 221
2013	13 051

ИСТОЧНИК: БЕНЧМАРКИНГ «ИНДЕКС БЮДЖЕТОВ СКОР» ГРУППЫ «МАЛАКУТ»

Рис 6.

Предполагается, что работа таких центров будет востребована бизнес-сообществом при условии, что предлагаемые образовательные продукты смогут объединить кадровый и ресурсный (оборудование, площади и пр.) потенциал максимального количества вузов, будут более дешевыми, чем внутрикорпоративное обучение в тех же объемах, и более гибкими в рамках уникальных задач для каждой компании.

	Дешевый	Средний	Дорогой	Люкс
Открытие, чел \$ / 2 дня	220 - 460	460 - 900	900 - 1,900	1,900 - 4,000
Корпоративный, \$ / 1 день	700 - 1,300	1,300 - 2,500	2,500 - 4,900	4,900 - 9,700
Долгосрочное, чел \$ 000 / год	0,5 - 5	5 - 14	14 - 32	32 - 68

Рис 7 Ценовые интервалы ключевых продуктов бизнес образования¹⁰

Необходимыми предварительными этапами для реализации проекта создания таких центров являются следующие **задачи**:

- разработать Атлас образовательных программ и продуктов в форме единой ресурсной базы, объединяющей информацию о каждом учебном курсе, применяемых технологиях, свидетельствах их эффективности, кадровом и инфраструктурном ресурсе этого продукта, для каждого вуза в системе Минобрнауки.

- подготовить штат менеджеров учебных проектов, способных эффективно конструировать и администрировать индивидуальный образовательный продукт/программу, используя кадровый и инфраструктурный ресурс вузов, подведомственных Минобрнауки, под уникальные потребности каждой организации

⁹ Семь вызовов для русского университета Эксперт № 47 25.11.2013 Дмитрий Гришанков научный редактор Эксперт

¹⁰ Обзор рынка бизнес-образования и тренингов gbc.ru

Рынок бизнес-образования в России до 2016 года. Возможности, перспективы, прогноз

(например, в форме магистерской программы с привлечением ППС, задействуя инфраструктуру 15-20 вузов разного профиля).

Важными эффектами реализации такой модели, могут стать

1. Оценка реального преподавательского, прикладного и научного потенциала ВУЗов; формирование внутриВУЗовского механизма оценки эффективности собственного кадрового потенциала, с учетом востребованности конкретных образовательных продуктов в рамках предлагаемой системы;
2. Привлечение дополнительных финансовых ресурсов в систему образования; создание качественного образовательного продукта, использующего возможности существующей государственной образовательной инфраструктуры, востребованного и, частично финансируемого бизнес-структурами;
3. Объединение кадрового и ресурсного потенциала максимального количества ВУЗов, для создания и реализации образовательных продуктов, более дешевых, чем внутрикорпоративное обучение в тех же объемах, и более гибких в рамках уникальных задач для каждой компании.

В рамках предлагаемой концепции у бизнеса появляется возможность решать сразу несколько разнонаправленных задач (и в сфере высшего образования, и в сфере переподготовки и повышения квалификации) в рамках одного «учебного холдинга». Корпоративные университеты и базовые кафедры остаются пока частными вариантами решения проблемы подготовки кадров, прежде всего из-за сложности и высоких инфраструктурных издержек. Это решение для крупного бизнеса. Основная целевая аудитория в рамках предлагаемой модели: средний бизнес.