



Крупный бизнес и система профессионального образования

В эффективном взаимодействии учебных заведений и работодателей заинтересованы обе стороны процесса, но далеко не у всех компаний есть ресурсы для работы с вузами и колледжами. Наибольшие возможности влияния на образование имеют крупные корпорации, которые, помимо собственных инвестиций, могут использовать государственные программы поддержки.

*Моисей Фурщик,
к.э.н., глава Экспертного совета
Комитета РСПП по промышленной политике*

Демография и кадры

В настоящее время широко обсуждается проблема дефицита кадров по целому ряду специальностей. При этом в обозримом будущем ситуация может стать еще более сложной. Численность молодежи в России будет снижаться, поэтому приток новых работников уменьшится. Как показано на рисунке 1, к 2025 году численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет снизится на 17% по сравнению с 2016 годом.

В такой ситуации бизнесу необходимо все больше делать ставку не на количество, а на качество молодых специалистов.

При этом динамика численности населения не является однородной, а сильно зависит от экономико-географических факторов.

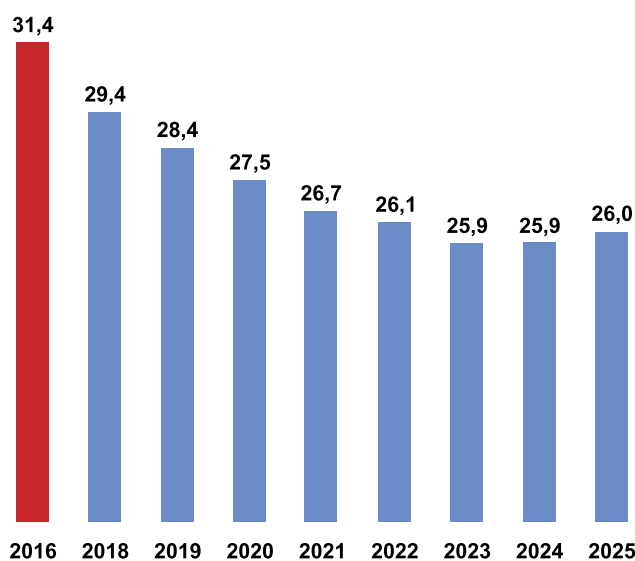


Рис. 1. Прогнозная динамика численности молодежи в России (возраст – от 14 до 30 лет), млн человек¹

¹ По данным «Демографического прогноза до 2035 года», Росстат, 2017 г.

Так, в большинстве крупнейших российских городов демографические показатели являются достаточно благоприятными за счет активного притока населения. Здесь же располагается и основная часть ведущих учебных заведений. Поэтому в мегаполисах основной задачей крупных компаний является борьба за получение лучших молодых кадров из достаточно объемного потока.

Однако за пределами ведущих агломераций ситуация кардинально отличается (см. рис. 2). Особенно это касается удаленных и старопромышленных городов. Здесь часто наблюдается существенный отток населения, причем уезжает в значительной степени именно перспективная молодежь (как на учебу, так и в поиске лучшего места работы и проживания).



Рис. 2. Примеры изменения численности населения городов в 2002-2017 гг., %

При этом большинство крупнейших российских промышленных предприятий располагается вдалеке от мегаполисов, то есть в максимальной степени ощущает на себе проблему нехватки квалифицированных молодых кадров. Здесь бизнесу приходится не просто привлекать специалистов, а выращивать их. Это включает в себя содействие школьному обучению, профессиональную ориентацию, поддержку получения профильного образования и стимулирование прихода на работу в компанию после окончания вузов и ссузов, находящихся в других городах.

Таким образом, существующие тенденции вынуждают крупный российский бизнес быть не только потребителем результатов работы образовательной системы, но и активно участвовать в ее функционировании.

Крупный бизнес: точки влияния на образовательный процесс

Участие крупного бизнеса в подготовке кадров может начинаться со школьной скамьи. Это особенно актуально для предприятий, расположенных вдали от основных российских агломераций. В таких населенных пунктах качество общего образования часто находится на невысоком уровне, образовательные учре-

ждения испытывают проблемы с преподавательским составом и материально-технической базой.

Уже на этой стадии образовательного процесса бизнес может внести существенный вклад за счет умеренных по масштабу, эффективных вложений. Прежде всего речь идет о выплате надбавок лучшим учителям, формировании профильных классов с поставкой необходимого оборудования и привлечении школьников к реальным производственным процессам. Такое привлечение может начинаться с простых экскурсий, а заканчиваться практическими занятиями. Кроме того, хорошие результаты может дать организация научно-технических и творческих конкурсов, летних лагерей, сборов и т.д. В крупных городах возможно формирование как отдельных детских технопарков, так и соответствующих структур в рамках действующих технопарков и бизнес-инкубаторов.

Например, УГМК открыла в нескольких городах инновационные центры по робототехнике, которые еженедельно посещают более 2000 детей в возрасте от 6 до 18 лет. А в рамках обучающих программ СУЭК школьники разработали уже более 150 бизнес-проектов, максимально приближенных к реальной деятельности компании. В свою очередь, «Северсталь» открыла в двух школах Череповца специализированные классы по профилю «Электроэнергетика и электротехника» и «Металлургия».

Такая активная политика крупного бизнеса позволяет не только повысить качество школьного образования, но и решать задачи по профессиональной ориентации молодежи, развитию самостоятельности и креативности.

Следующий этап – это система начального и среднего профессионального образования. Этот сегмент в течение длительного времени был на периферии внимания государства и общества, которое концентрировалось почти исключительно на вузах. В результате многие учреждения НПО и СПО были закрыты

Для промышленных предприятий система НПО и СПО имеет ключевой характер, поэтому все чаще крупный бизнес берет на себя вопросы подготовки рабочих и специалистов среднего звена. Доля частных образовательных организаций в этом сегменте всего за 10 лет выросла в 1,7 раза.

либо существенно отстали в материально-техническом оснащении от требований сегодняшнего дня. Причем масштабные сокращения коснулись даже таких традиционных промышленных регионов, как Челябинская (уменьшение приема в государственные и муниципальные образовательные организации по программам подготовки специалистов среднего звена с 2005 по 2015 год составило 29%), Тульская (-36%), Воронежская (-38%) и Новосибирская (-32%) области, Хабаровский край (-32%) и Удмуртия (-41%).

Однако для промышленных предприятий эта часть образовательной системы имеет ключевой характер, поэтому все чаще крупный бизнес берет на себя вопросы подготовки рабочих и специалистов среднего звена. Как видно на рисунке 3, с 2005 по 2015 год в целом по России прием в государственные и муниципальные образовательные организации по

программам подготовки специалистов среднего звена сократился на 21,1%, а в частные – вырос на 37,7%. В результате доля частных образовательных организаций в этом сегменте всего за 10 лет выросла в 1,7 раза. Пока это не очень много (8,5%), но тенденция является достаточно серьезной. Эта тема активно развивается в Москве и Московской области, Татарстане, Ставропольском крае, Новосибирской области и ряде других регионов.

нительные сложности с привлечением и удержанием подготовленных молодых специалистов.

Как отмечает ректор ГУ-ВШЭ Ярослав Кузьминов, «в России сложился «сверхнаезд» высшего образования. 83% людей, которым 17 лет, собираются получить высшее образование»³. А при избыточном количестве студентов вузов, по словам заместителя директора Института мировой экономики и международных отношений РАН Евгения Гонтмахера, происходит «де-



Рис. 3. Прием в образовательные организации по программам подготовки специалистов среднего звена, тыс. чел.²

Но крупному бизнесу не обязательно решать возникающие проблемы за счет создания собственных организаций НПО и СПО. Если на территории присутствия имеется действующее профильное учреждение, то в большинстве случаев более эффективным бывает вложение в его развитие или организация совместных программ. Ключевые инструменты сотрудничества – это закупка современного оборудования, включение студентов в производственные процессы компании, участие наиболее квалифицированных специалистов предприятия в образовательной деятельности и вовлечение в систему World Skills.

Ярким примером является проект «Будущее белой металлургии», реализованный Группой ЧТПЗ совместно с Первоуральским металлургическим колледжем и Министерством общего и профессионального образования Свердловской области. В результате для обучения 600 студентов был создан современный учебный корпус площадью 5000 кв.м, в котором установлено более 100 единиц оборудования. Из 1 млрд рублей инвестиций более 800 млн рублей составили вложения Группы ЧТПЗ.

В отличие от рассмотренных выше элементов образовательной системы, взаимодействие бизнеса с вузами не имеет столь выраженной территориальной зависимости. При выборе партнерских организаций высшего образования важнее наличие профильных специальностей и общее качество обучения, а не близость к тому или иному предприятию. Хотя для удаленных производств, конечно, возникают допол-

нительные сложности с привлечением и удержанием подготовленных молодых специалистов.

В такой ситуации бизнес заинтересован не просто в привлечении выпускников профильных вузов, а в отборе лучших из них и в содействии повышению качества высшего образования хотя бы в рамках своих специальностей.

Помимо традиционного «целевого набора» в нынешних условиях крупному бизнесу имеет смысл рассматривать и следующие возможности сотрудничества с университетами:

- организация совместных кафедр, лабораторий, учебных центров (этот вариант является наиболее масштабным, системным и дорогостоящим);
- привлечение студентов для прохождения практики и проведения НИОКР (не очень затратная опция, которая при правильной организации часто дает хорошие результаты);
- участие компании или ее акционеров в формировании эндаумента университета (в основном имиджевый инструмент, который также является дополнительной опорой для стабильности долгосрочного сотрудничества);
- проведение научно-технических конкурсов, слетов, летних школ, деловых игр, симпозиумов и т.д. (средний по стоимости имиджевый инструмент, который позволяет лучше познакомить студентов со спецификой работы компании, а также содействовать отбору наиболее подходящих молодых кадров);

² По данным «Регионы России. Социально-экономические показатели». Росстат, 2016 г.

³ Кузьминов Я. «Образование и стратегии личного успеха» (выступление в рамках проекта «От первого лица». «Полит.ру» в Политехническом музее), 2010 г.

⁴ <https://www.business-gazeta.ru/article/344693>

- выплата корпоративных и именных стипендий (мера, позволяющая при умеренных затратах добиться высокой лояльности к компании со стороны наиболее перспективных студентов);

- организация дистанционного обучения и повышения квалификации для сотрудников компании без отрыва от производства (экономичный и современный инструмент, позволяющий повысить качество имеющегося человеческого капитала, но не нацеленный на привлечение новых специалистов).

Выбор оптимальной конфигурации из этих опций является индивидуальной и непростой задачей для компании. Ее решение должно вырабатываться в зависимости от имеющихся ресурсов, краткосрочных потребностей и долгосрочных целей корпорации.

Например, НК «ЛУКОЙЛ» создала кафедры в РГУ нефти и газа им. И.М.Губкина, «Трансмашхолдинг» – в ДГТУ и РГУПС, в то время как многие другие крупные холдинги не считают целесообразным использование такого формата.

Другой частью задачи по организации эффективного взаимодействия с вузами является выбор университетов-партнеров. Не всегда имеет смысл идти по наиболее очевидному пути концентрации усилий на традиционных отраслевых вузах. Такие вузы могут оказаться недостаточно сильны для решения специфических задач компании или перегружены программами сотрудничества с предприятиями-конкурентами. Во многих случаях эффективным бывает развитие партнерства с более сильными универсальными вузами или же целенаправленное «выращивание» определенной специализации в региональном университете.

Например, МФТИ имеет масштабные партнерские и исследовательские программы с ПАО «Газпром нефть» и НК «Роснефть», хотя и не является специализированным нефтегазовым университетом. Кроме того, Физтех успешно сотрудничает со Сбербанком, ВТБ, ЕВРАЗ, ОАК, КРЭТ и многими другими компаниями из различных секторов экономики.

Наиболее передовые вузы и сами занимают активную позицию в организации системных контактов с бизнесом. Например, Томский политехнический университет является членом Союза «МПО работодателей Томской области» (региональное отделение РСПП). Это позволяет активно взаимодействовать с крупнейшими предприятиями, находясь с ними в рамках одной повестки.

Государственные программы и проекты: эффект рычага

Конечно, крупный бизнес имеет значительные возможности для поддержки образовательных процессов. Однако наибольшего результата можно достигнуть, если корпорация не в одиночку решает собственные задачи подготовки кадров, а опирается на существующие государственные проекты и программы. В таком случае возникает эффект рычага, когда в результате умеренных затрат получается весьма убедительный результат.

Например, компания может не полностью самостоятельно создавать технопарк или детский учебный центр, а встроиться в Приоритетный проект Российской Федерации «Доступное дополнительное образо-

вание для детей», предполагающий создание и функционирование детских технопарков «Кванториум». В таком случае бизнес может предложить софинансирование и организацию собственных программ.

Другой пример – Приоритетный проект «Подготовка высококвалифицированных специалистов и рабочих кадров», предполагающий предоставление на конкурсной основе субсидий регионам из федерального бюджета на развитие системы среднего профессионального образования в соответствии с современными стандартами и передовыми технологиями, соответствующими стандартам «Ворлдскиллс Россия». Участие крупного бизнеса в этом процессе поможет сделать региональную заявку более прагматичной, что существенно повысит ее шансы на победу в конкурсном отборе.

Еще один интересный приоритетный проект – «Вузы как центры пространства создания инноваций». Он предусматривает выделение средств федерального бюджета на создание университетских центров инновационного, технологического и социального развития регионов с учетом стратегий их социально-экономического развития.

Естественно, что приведенными примерами возможности сотрудничества бизнеса и государства не ограничиваются. Есть еще целый набор вариантов эффективного и взаимовыгодного участия бизнеса в реализации мероприятий Государственной программы Российской Федерации «Развитие образования на 2013–2020 годы». Кроме того, можно применять механизмы ГЧП/МЧП для строительства школ, учебных корпусов и т.д.

При этом необходимо отметить, что для реализации большинства таких опций требуется активное участие региональных властей, так как именно они чаще всего должны быть официальными заявителями в программы и проекты федерального уровня либо публичной стороной в проектах ГЧП. Поэтому важной задачей крупного бизнеса является не только проработка возможных вариантов использования федеральных инструментов поддержки образования, но и выстраивание конструктивных отношений с органами власти соответствующих регионов.

Кроме того, не стоит недооценивать и роль ведущих бизнес-ассоциаций. В рамках таких общественных объединений возможна интеграция усилий нескольких крупных компаний, запуск коммуникационных площадок в формате «корпорации – органы власти – образовательные организации» и обмен передовым опытом. Помимо этого, бизнес-ассоциации могут проводить независимые исследования проблем образовательной системы и потребностей реального сектора экономики, что позволит гораздо эффективнее расходовать бюджетные и частные средства. Также сотрудничество с профессиональным сообществом требуется для разработки и продвижения инициатив по изменению нормативной базы.

Таким образом, наиболее эффективная поддержка крупным бизнесом образовательных процессов возможна в случае четкого анализа собственных кадровых потребностей, максимально полного использования профильных федеральных инструментов, а также эффективного взаимодействия с региональными органами власти и ведущими бизнес-ассоциациями. **КО**