



Г. О. Черніченко,* Л. В. Шаульська**

ПОПИТ НА ОСВІТНІ ПОСЛУГИ: ШЛЯХИ НАБЛИЖЕННЯ ДО ПОТРЕБ РОБОТОДАВЦІВ

Сьогодні попит на освітні послуги формується під впливом багатьох факторів. Основними з них є сформована протягом років структура спеціальностей у навчальних закладах, попит з боку населення, замовлення держави та попит роботодавців. Дані звітів Рахункової палати України про результати перевірок використання коштів Державного бюджету України на підготовку кадрів свідчать про існування загальнодержавної проблеми — значна кількість спеціалістів, які отримують вищу освіту та професійно-технічну освіту, не працевлаштовуються за фахом, а попит на фахівців на ринку праці ще не став визначальним критерієм оцінки ефективності діяльності навчального закладу. Така ситуація пов'язана з відсутністю відпрацьованого механізму взаємодії між Міністерством освіти і науки, Міністерством праці і соціальної політики, навчальними закладами, центрами зайнятості та підприємствами.

Здебільшого освітні стандарти застарілі, навчальні заклади внаслідок низького матеріально-технічного забезпечення, дефіциту інформації щодо потреб економіки в кадрах частіше керуються комерційними інтересами задоволення попиту населення на освітні послуги. Це призводить до того, що населення отримує освіту, користуючись власними міркуваннями щодо престижу окремих спеціальностей та потреби у відповідних фахівцях. Дані стереотипи не завжди об'єктивні і є причиною формування кадрового потенціалу, невідповідного за кількістю і якістю потребам сучасного ринку праці. Роботодавці, які є покупцями робочої сили, практично не беруть участі в процесі підготовки кадрів. Розрізненість цілей та інтересів постачальників і покупців робочої сили призводить до професійно-кваліфікаційної структурної деформації, дефіциту кваліфікованих кадрів. Через відсутність їх конструктивної взаємодії ринковий механізм кадрового забезпечення економіки України має низьку ефективність. Очевидно, що роботодавці мають більш активно брати участь в процесі підготовки кадрів в системі освіти, для чого накопичено значне коло засобів і форм.

Ціллю статті є дослідження напрямів взаємодії роботодавців і закладів професійної освіти, вивчення світового досвіду щодо пошуку найбільш ефективних шляхів та адаптація їх до українських умов з метою наближення якості і структури освітніх послуг до потреб роботодавця, як їх кінцевого споживача.

Основним замовником і споживачем освітніх послуг є населення. Абітурієнт проявляє зацікавленість в отриманні професійних якостей і навичок, що в майбутньому можуть бути запропоновані на ринку праці і повинні будуть задовольнити роботодавця як покупця робочої сили. Таким чином, абітурієнт — це суб'єкт ринку освітніх послуг, що основною мірою формує платіжний попит на дані послуги, під впливом якого формуються структура спеціальностей та обсяг підготовки за відповідним напрямом у навчальних закладах. У процесі освіти відбувається накопичення людиною професійних знань, навичок, набуття якостей і здібностей, які є основою для формування людського капіталу індивіда, що є об'єктом купівлі-

© Черніченко Г. О., Шаульська Л. В., 2007

* декан економічного факультету, завідувач кафедри розвитку і розміщення виробничих сил Донецького національного університету, доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України

** професор кафедри управління персоналом і економіки праці Донецького національного університету, доктор економічних наук, професор



продажу на ринку праці. Людський капітал є одним з ресурсів і факторів виробництва, що використовується роботодавцем для здійснення виробничої діяльності. Сукупність професійних знань та якостей, творчих здібностей населення, спроможність до професійної і творчої діяльності, усвідомлення аналізу інформації, перетворення її на знання з метою продукування нових, значущих результатів здійснює вплив на підвищення ефективності і продуктивності праці, розвиток виробництва, зростання подальшої конкурентоспроможності підприємства. Тобто роботодавець є зацікавленим в отриманні високопрофесійного, інноваційно-активного, творчого робітника і таким чином формує непрямий попит на освітні послуги. На рис. 1 наведена схема здійснення взаємодії виробників, замовників та споживачів освітніх послуг.

Зацікавленість роботодавця, що є непрямим споживачем освітніх послуг, повинна, перш за все, впливати на підготовку фахівців, оскільки саме від нього залежить подальше працевлаштування випускників за фахом. Однак сьогодні роботодавець є досить пасивним і фактично не бере участі у замовленні спеціалістів та підвищенні якості освітніх послуг, що безумовно впливає на обмеження врахування його потреб і інтересів при підготовці фахівців.

В світовому суспільстві 30-50 % бюджету ВНЗ формується за рахунок коштів роботодавців, що дає їм можливість брати участь в освітньому процесі, стимулювати покращення якості освіти та її спрямування на розвиток навичок, безпосередньо вигідних для бізнесу.

Бізнес і університети США співпрацюють в проведенні досліджень та забезпеченні розвитку освіти. Багато американських університетів встановили так звані “Офіси передачі технологій” (*Technology Transfer Offices*), які допомагають університетам управляти проведенням досліджень і отримувати вигоду від винаходів їх викладачів та студентів, взаємодіючи з бізнесом. Дані Світового банку свідчать, що особливістю українського роботодавця є те, що, на відміну від іноземних колег, він не готовий інвестувати в освіту наявних і майбутніх працівників, не вважає відсутність навичок працівників основною перешкодою для розвитку і функціонування підприємств, наслідком чого є існування відносно високого попиту на низькокваліфікованих працівників¹. У той же час при опитуванні керівників підприємств Донецької області щодо підготовки та використання трудового потенціалу, що проводилося у 2004 році, роботодавці вказали на наявність професійної невідповідності персоналу виконуваних робіт². Наведені дані свідчать про найвищий рівень якості трудового потенціалу серед керівників підприємств (51,7 % опитаних вважають, що професійні знання і вміння керівників структурних підрозділів їх підприємств повністю відповідають потребам трудової діяльності, 29 % — відповідають в основному на 70-90 %). На протилежному боці робітники, службовці, інші спеціалісти, рівень освіченості і компетентності яких отримав найгірші оцінки. Так, лише третя частина респондентів вважає, що якість трудового потенціалу цих категорій персоналу на 90-100 % відповідає змісту і складності виконуваної роботи, і майже кожний десятий впевнений у невисокому рівні професійної компетентності цих груп підлеглих. Відсутність участі роботодавців у формуванні професійних стандартів призводить до незадоволеності керівників підприємств Донецького регіону якістю підготовки випускників закладів професійної освіти.

¹ Куле Т. Вища освіта та ринок праці // Сборник материалов, Круглого стола “Качество подготовки профессиональных кадров для рынка труда Украины”. — Донецк: Благотворительный фонд “Развитие Украины” СКМ, 2006. — С. 59.

² Регіональні проблеми формування трудового потенціалу і шляхи їх вирішення: Монографія / Н. Д. Лук'яченко, В. П. Антонюк, Л. В. Шаульська, Л. Л. Шамільова та ін. — Донецьк: ДонНУ, ІЕП НАНУ, 2004. — С. 228.

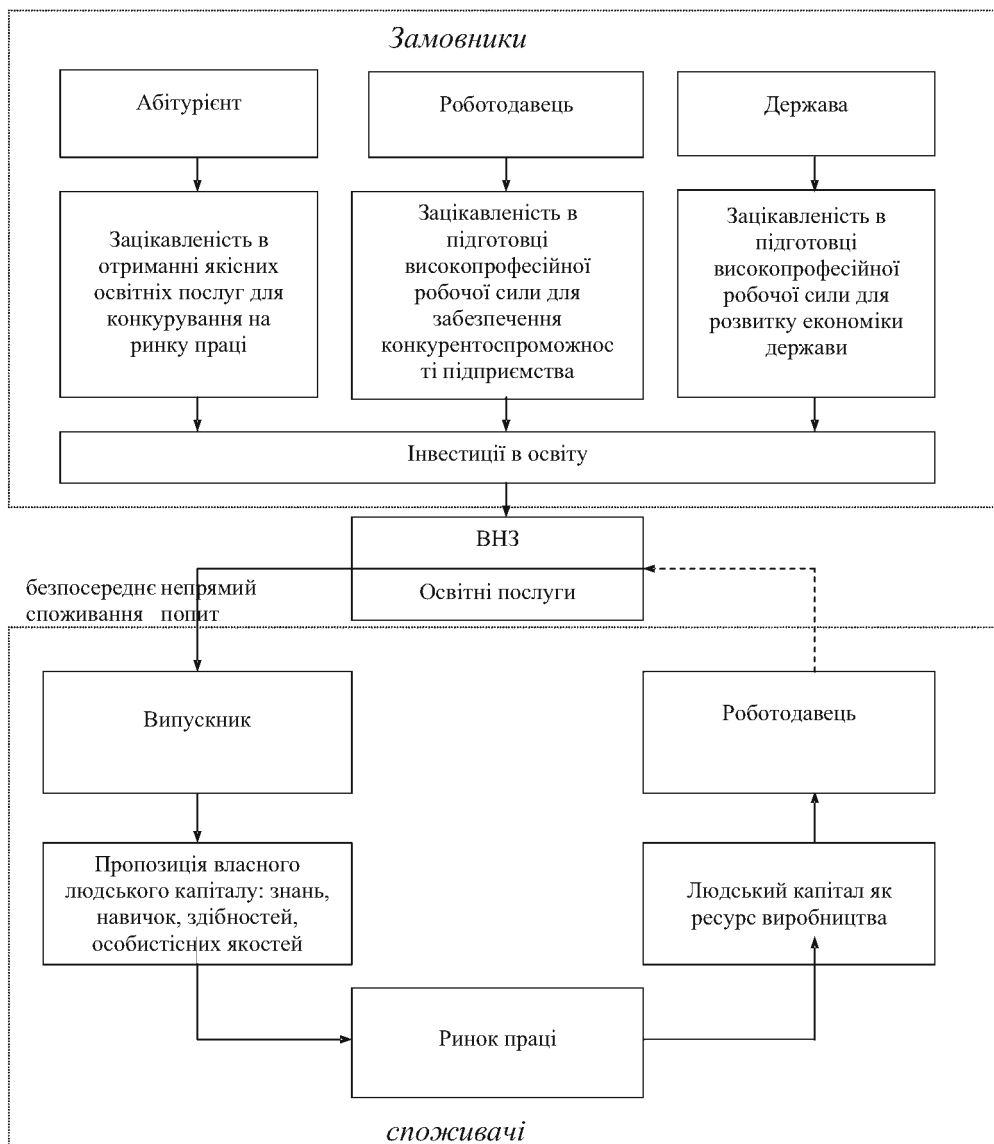


Рис. 1. Механізм взаємодії замовників та споживачів освітніх послуг

Отже, для досягнення актуальної цілі, зорієнтованої на налагодження ефективної взаємодії роботодавців з системою професійної освіти, необхідно виокремити та вирішити комплекс проблем.

Недосконалість законодавчої бази є головною перешкодою у залученні роботодавців до процесу співпраці з навчальними закладами, їх сприянні підготовці, проходженню виробничої практики та працевлаштуванню випускників. Недостатня зацікавленість роботодавців у інвестуванні в освіту та співпраці з закладами професійної освіти свідчить про необхідність державного стимулювання бізнесу до взаємодії з освітою. Запропонований в лютому 2006 р.



проект Закону України “Про залучення роботодавців до підготовки та перепідготовки кадрів, освітніх і наукових процесів” є першою спробою врегулювати взаємовідносини навчальних закладів та роботодавців у сфері підготовки кадрів, у більшій мірі залучити безпосередніх споживачів кадрів до процесу їх формування. На жаль, даний законопроект знаходиться у стадії розглядання і досі не прийнятий в Україні. У змісті законопроекту є недоліки, що потребують корегування: 1) закон не охоплює всі форми взаємовідносин роботодавців і навчальних закладів, звужене їх подання унеможливорює ефективну участь роботодавців в освітніх і наукових процесах; 2) потребують більш ґрунтовного подання форми і методи стимулювання роботодавців, які мають охоплювати пільгове оподаткування та пільгове кредитування, інші пільгові дотації; 3) необхідно більш чітко визначити взаємовідносини між роботодавцями і навчальними, науковими закладами, що потребує орієнтації його змісту на конкретні права і зобов'язання суб'єктів цих відносин.

Особливої уваги держави потребує також процес налагодження співпраці роботодавців з закладами професійно-технічної освіти, де зношення матеріально-технічної, лабораторної навчальної бази та навчального обладнання є критичним. Даний факт унеможливорює отримання учнями ПТНЗ якісної освіти, оскільки ними в процесі навчання фактично не набуваються практичні навички роботи за професією. Для стимулювання роботодавців до взаємодії з ПТНЗ необхідним є законодавче утвердження переліку базових підприємств для навчальних закладів у регіоні (прийняття положення про базові підприємства), вирішення питань про закріплення ПТНЗ за базовими підприємствами, розробка для підприємств, що працюють у комплексі з навчальними закладами, системи пільгового оподаткування.

Найбільш нормативно забезпеченим в Україні є питання сприяння працевлаштуванню випускників, значну роль у розв'язанні якого відіграє прийняття 20.12.2005 р. Закону України “Про забезпечення молоді, яка отримала вищу, або професійно-технічну освіту, першим робочим місцем з наданням дотації роботодавцям”. Згідно з законом протягом року роботодавцю надається дотація за створення робочого місця для молодого фахівця у розмірі фактичних витрат на основну та додаткову заробітну плату. Але, незважаючи на позитивний вплив даного закону на працевлаштування молоді, існують питання, що потребують вирішення. Потребує законодавчого регулювання укладення угод між трьома сторонами: роботодавцем, учнем та навчальним закладом, оскільки роботодавець не має правових гарантій у тому, що спеціаліст, підготовку якого фінансувало підприємство, буде згоден зайняти відповідне робоче місце після закінчення ним учбового закладу. Таким чином, у сфері покращення нормативної бази щодо забезпечення правової основи взаємодії роботодавця та системи освіти ще залишаються слабкі сторони, що потребують регулювання найближчим часом.

Окрім вдосконалення законодавства, дуже важливим є звернення до недержавних форм регулювання процесу налагодження взаємовідносин бізнесу і системи освіти, одною з яких є вдосконалення організаційних форм співпраці. Для сприяння даному процесу в Україні доцільним є вивчення позитивного міжнародного досвіду та адаптація його до українських умов.

Однією з найбільш розповсюджених і дієвих форм взаємодії різних груп суспільства в США є функціонування різноманітних асоціацій, які є вільними утвореннями, що здійснюють взаємодію громадянського суспільства і держави. В США асоціації відіграють важливу роль у відстоюванні інтересів і просуванні ідей певних верств і груп суспільства. Це перш за все проявляється: в лобіюванні власних інтересів в уряді, при складанні законопроектів, їх обговоренні, розгляді



та прийнятті; в розробці, забезпеченні, реалізації конкретних програм і заходів щодо реалізації власних ідей і задач на різних рівнях: окрема організація, штат, загальнонаціональний рівень.

Позитивним прикладом функціонування асоціацій в Україні є створена в 2003 році Асоціація випускників економічного факультету Донецького національного університету, що є обласною громадською організацією, тісно пов'язаною з економічним факультетом, адміністрацією, викладацьким складом, випускниками економічного факультету, студентами³.

Задачами асоціації є:

- зміцнювати і розвивати творчі і дружні зв'язки між випускниками факультету, сприяти створенню зв'язків студентів з випускниками;
- надавати допомогу в працевлаштуванні випускників, налагоджувати зв'язки і підписувати угоди про співробітництво з компаніями, допомагати в роботі випускникам;
- заохочувати взаємодопомогу і створювати ділові контакти серед випускників;
- проводити консультації в сфері трудового законодавства і будь-якої економічної області.

Цінністю функціонування даної асоціації є:

- можливість працевлаштування з рекомендацією в рамках постійно діючої програми “Працевлаштування випускників”;
- підбір кадрів за замовленням підприємства, де працює випускник на основі вимог роботодавця;
- широкі ділові контакти з випускниками — членами Асоціації в сфері бізнесу, управління і політики;
- допомога в реалізації службової і наукової кар'єри;
- надання широкого спектра консультаційної допомоги у всіх сферах економіки підприємствам і організаціям, де працюють випускники факультету або безпосередньо випускникам (маркетингові дослідження; соціологічні опитування; дослідження в зовнішньоекономічній діяльності; розробка і реалізація тренінгів і ділових ігор для менеджерів; допомога в складанні бізнес-планів і т. д.);
- фінансування розробок і сприяння впровадженню результатів принципово нових наукових ідей;
- формування і підготовка проектних студентських груп за бажанням замовника;
- підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації з економічних спеціальностей.

Асоціація випускників економічного факультету Донецького національного університету виконує ряд програм щодо налагодження тісних зв'язків економічного факультету з роботодавцями, випускниками економічного факультету, що дає можливість навчальному закладу отримувати допомогу в організації навчального процесу, працевлаштуванні випускників. Найбільш цікавими з даних програм є:

1. “*Alma mater*”. Установлення культурних і ділових контактів з випускниками факультету, що проживають в інших країнах.
2. “*Меценат року*”. Нагородження найбільш активних учасників різних програм Асоціації випускників, що здійснювали фінансову і матеріальну підтримку.

³ Статут асоціації випускників економічного факультету Донецького національного університету. — Донецьк: ДонНУ, 2003.



3. *“Економічна освіта ХХІ століття”*. Передбачає впровадження на факультеті нових освітніх технологій, проведення науково-практичних конференцій, семінарів, створення умов для проходження стажування викладачів і виробничої практики студентів.

4. *“Працевлаштування випускників”*. Створено спеціальну службу працевлаштування, що вивчає попит на окремі спеціальності на ринку праці і сприяє працевлаштуванню випускників економічного факультету. Служба працевлаштування укладає угоди про співробітництво з підприємствами й організаціями, в які направляються студенти на роботу і практику. Служба працевлаштування проводить кожен семестр “Дні кар’єри” (Ярмарки вакансій), де зустрічаються здобувачі і роботодавці, організовує курси ІС-бухгалтерія, комп’ютерні курси і т. д. Так, в межах реалізації даної програми за останній рік службою працевлаштування була проведена наступна робота: отримали консультації з проблем працевлаштування 35 студентів, направлені на співбесіду з роботодавцями 37 випускників, з них працевлаштовані — 23. Що стосується працевлаштування випускників, що навчалися за державним замовленням, завдяки заходам “Ярмарок вакансій”, що проводилися компаніями “Проктер енд Гембл”, “Філіпп Моріс”, “Прокредитбанк” та ін., у 2006 році змогли отримати роботу 57 осіб. Наведені дані свідчать про ефективність та дієвість програми “Працевлаштування випускників”, здійснення якої є одним з найважливіших напрямів роботи Асоціації випускників.

5. *“Підприємство + Наука”*. Проведення наукових досліджень на замовлення підприємств (маркетингових, з нормування праці, оцінки персоналу і т. д.), розробка бази для впровадження проведених досліджень, проведення промоакцій і рекламних компаній, а також багато інших проектів із залученням кращих фахівців університету, області, України, Англії й ін.

6. *“Бізнес — контакт”*. Сприяння здійсненню бізнес-контактів серед випускників економічного факультету. Організація адресної кур’єрської доставки рекламної інформації на підприємства, на яких працюють члени асоціації.

Таким чином, Асоціація випускників економічного факультету Донецького національного університету є втіленням позитивного міжнародного досвіду і українським прикладом ефективної форми співробітництва на взаємовигідних умовах роботодавця, студента та навчального закладу.

Окрім асоціацій, практика організації яких в світі є дуже розповсюдженою, цікавим і перспективним напрямом установами є втілення нових форм взаємодії “освіта-наука-бізнес”. Це питання не є новим для Донецького регіону, де вже біля 10 років обговорюється модель науково-освітньо-виробничого комплексу, сформовані нормативні основи його організації, укладені угоди про співробітництво, однак досі не спостерігається значного результату. Аналогічною є ситуація і в інших регіонах. У той же час у світі є організації, що ефективно працюють у цьому напрямку. Сьогодні в Донецькій області з’явився реальний шанс втілення даної ідеї співробітництва. Донецький національний університет є єдиним з українських університетів, що бере участь у проекті Темпус-Тасіс “Механізм встановлення співробітництва та взаємодії між університетами та працедавцями”, в межах якого планується створення надійного інтерфейсу університет-наука-бізнес на базі вивчення накопиченого досвіду. Мета проекту — заснування університетських структур, необхідних для зміцнення зв’язків між університетом та зовнішнім середовищем шляхом створення центрів знань і технологій та центрів навчання і перенавчання дорослого населення. Подібна ідея успішно реалізована в м. Сандерленд (Англія), де створений регіональний технологічний центр



Knowledge House, який, з одного боку акумулює науковий потенціал трьох університетів міста, з іншого, систематизує і структурує його, орієнтуючись на попит з боку промислових підприємств. Девізом організації є — “Перекладемо мову знань на мову бізнесу”. Knowledge House — це незалежна від обох сторін структура, що працює на комерційній основі, має штат працівників і виконує такі функції: популяризація і реклама інтелектуальних продуктів у виробничій сфері, сприяння зростанню ефективності виробництва за рахунок втілення сучасних розробок; вивільнення наукових робітників від юридичного супроводу науково-дослідницьких робіт, що виконуються за замовленням; сприяння зростанню доходів наукових робітників за рахунок максимального використання їх потенціалу, постійний моніторинг і формування попиту на наукові продукти.

Таким чином, підсумовуючи вищенаведене, можна зробити висновок, що в Україні сьогодні існують дієві напрями і перспективи налагодження тісної взаємодії між наукою, освітою і бізнесом, що потребують формування нормативної бази в сфері стимулювання роботодавців до прийняття участі у підготовці і працевлаштуванні кадрів, вдосконалення організаційних форм співпраці та втілення нових форм взаємодії “університет — наука — бізнес” в межах міжнародних проектів. Комплексне здійснювання названих заходів сприятиме наближенню змісту освітніх послуг до потреб роботодавців.

