

Нелли Сиволобова

РОЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ФАНДРАЙЗИНГА В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ

У даній статті автор розглядає роль освітнього фандрайзинга в інноваційній діяльності вищих навчальних закладів, взаємодія з підприємствами як механізм додаткового фінансування учбового закладу, юридичні основи взаємодії Вузу і підприємства.

Ключові слова: фандрайзинг, інноваційна діяльність, взаємодія Вузу і підприємств.

В современных условиях важное место отводится задаче интеграции науки, образования и инновационной деятельности. Предполагается, что это является одним из решающих факторов развития экономики и общества. Потребность в высококвалифицированных и инициативных работниках обостряется в новых условиях, ведет к естественной интеграции вуза и основных работодателей, потребителей их услуг. Интеграция позволяет работодателям действительно участвовать в формировании и оснащении программы обучения, закладывать в условия специализации свои технологические «платформы», активно знакомиться с будущими выпускниками, привлекая их для прохождения практики и участия в проектах по своей проблематике.

Это одна из актуальных задач развития экономики, основанная на знаниях, является организация тесного взаимодействия вузов и работодателей. Эта масштабная задача включает появление новых правовых норм и новых типов договоров, которые бы содействовали вузам в подготовке специалистов, а предприятиям – в оснащении кадрами. Настоящее время – период осмысления опыта и вычленения наиболее удачных форм такого сотрудничества.

Необходимость качественных сдвигов, происходящих в современной экономике, связана с убывающими возможностями и снижающейся эффективностью традиционных ресурсов экономического роста. Это означает, что доминантой в становлении модели экономического роста России в XXI веке становится система инновационного развития научных знаний, новых технологий, продуктов и услуг. Инновационные технологии являются одним из главных базисов построения «экономики знаний», основанной на высоких технологиях, научно-промышленном потенциале и интеллектуальной собственности.

Кадровый потенциал является источником развития любого общества. Именно высокообразованные специалисты формируют национальную элиту, обеспечивают рост научной, экономической,

военной и политической мощи государства. Именно высшая школа обеспечивает воспроизводство национальной элиты, и в этом качестве служит фундаментом любой стратегии модернизации России.

В качестве источника кадров для экономики и социального лифта для своих выпускников, система высшего образования сталкивается с новыми проблемами и вызовами. Рост числа ВУЗов на фоне демографического спада породили невиданную ранее конкуренцию на рынке образования.

Отход от стопроцентного бюджетного финансирования, рост доли платных образовательных услуг в последние годы позволил задействовать механизм рыночного спроса, ставший мощным стимулом развития образования. В поисках финансирования ВУЗы страны вступили в реальную конкуренцию за продажу своих услуг. Именно это позволило предоставить студентам качественный продукт – оплачивать услуги лучшего профессорского состава, предоставлять общежития, развивать материально-техническую базу, вести исследования, осуществлять грантовые и стипендиальные программы.

Однако неизбежным следствием этого процесса стало снижение элитарности образования. Оно стало доступным не столько талантливым, сколько обеспеченным абитуриентам. Даже лидирующие ВУЗы страны вынуждены снижать вступительные барьеры для обеспечения своего стабильного финансирования. Таким образом, в высшей школе наметился очевидный диссонанс – для повышения качества подготовки ВУЗам пришлось «понизить качество» студентов.

Эта проблема заставляет по-новому осмыслить вопрос финансирования образовательной системы как «кузницы национальной элиты». Ее опора лишь на бюджет ухудшает образовательный процесс, а перекос в сторону коммерции препятствует отбору абитуриентов. И то и другое негативно сказывается на качестве национальной системы образования, препятствует ускоренной модернизации кадрового потенциала страны.

Именно здесь появляется необходимость в новом источнике финансирования, который обеспечил бы независимость высшей школы от «состоятельности» абитуриентов, и был бы тесно связан с рынком труда. Такой способ привлечения средств в образовательный сектор, многие годы практикующийся за рубежом, и представляет собой фандрайзинг.

Фандрайзинг (от англ. fundraising – «сбор средств») – это процесс привлечения средств от внешних доноров – физических и юридических лиц – с целью реализации определенных социальных проектов. Соответственно, образовательный фандрайзинг направлен на привлечение ресурсов для развития определенного ВУЗа, или, если трактовать вопрос шире, на развитие системы образования в целом.

Лидерами в этой сфере можно назвать ведущие Университеты в США, входящие в так называемую «Лигу Плюща» (Ivy league). Так,

целевой капитал Гарвардского (Harvard) университета составляет около 37 млрд. долларов, Йельского (Yale) – 23 млрд., Принстонского (Princeton) – 17 млрд.

Чтобы добиться таких впечатляющих результатов, необходимо четко представлять себе категории потенциальных доноров и их интересы. Это понимание ложится в основу привлечения целевой аудитории.

Важнейшими благотворителями ВУЗов являются их выпускники и их родители, благотворительные фонды, корпорации – работодатели на рынке труда. Каждая из этих групп имеет четко определенные потребности в сотрудничестве с университетом:

- Выпускники стремятся стать частью элитной группы, поднимающей их социальный и карьерный статус. Здесь их интересы полностью совпадают с целями ВУЗа, поскольку именно социальный статус выпускников определяет львиную долю его престижа. Они нуждаются как в прямой поддержке со стороны университета в сфере планирования карьеры и трудоустройства, так и в укреплении связей между собой. Поддержка *alma mater* с их стороны также служит интересам повышения своего социального статуса, как члена успешного сообщества.

- Работодатели заинтересованы в услугах центра карьеры при подборе молодых специалистов. Нередко они готовы и к более тесному сотрудничеству с ВУЗом, совместному открытию базовых кафедр, адаптации учебных планов к своим потребностям. ВУЗ может стать важным партнером работодателей и в сфере повышения квалификации персонала.

- Корпорации, фонды, региональные власти интересуют научно-практическая деятельность учреждений образования, их студентов, аспирантов и сотрудников. Зачастую именно региональный университет через такие структуры, как центр карьеры, бизнес-инкубатор, научный парк становится центром местного научно-индустриального кластера.

Именно эти базовые интересы и позволяют создать прочную платформу для долгосрочных взаимоотношений ВУЗа со своими партнерами, в том числе – в финансовой сфере. Они же и обуславливают инфраструктуру системы фандрайзинга в современном ВУЗе.

Сегодня в России происходит активное инновационное развитие университетских комплексов, включающих целую систему инновационно-технологических единиц, тесно связанных с федеральными и региональными структурами. Инновационная деятельность высшего учебного заведения направлена на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества продуктов и услуг, совершенствованием технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежном рынках.

Инновационная деятельность вуза предполагает целый комплекс организационных, научных, технологических, финансовых и коммерческих

мероприятий, которые в своей совокупности приводят к инновационным результатам. Вероятность коммерческого успеха инноваций резко возрастает благодаря формированию специальных институтов, организаций и систем обеспечения инновационного процесса университетских комплексов, сформированных в единую инновационную сферу.

Мировая практика сочетания направлений и тенденций развития инновационных процессов в образовании характеризуется наличием различных структур в инновационной деятельности университетов. Традиционные модели инновационного процесса, осуществляемые как в рамках крупнейших университетских комплексов, так и в виде научно-технических и инновационных проектов, опираются на научно-техническую и образовательную среду организационных структур с последующим их доведением до стадии коммерциализации. Наибольшую роль в разработке научной идеи и, ее последующей материализации играют новые организационные структуры – инновационные центры – технологически активные комплексы, входящие в структуру университета и являющиеся главным фактором развития инновационной деятельности образовательного учреждения. Инновационные центры в своем составе содержат технологические парки (научный, промышленный, технологический, инновационный, бизнес-парк), технополисы; регионы науки и технологий; инкубаторы инноваций.

Целью инновационной деятельности в системе высшей школы является повышение эффективности функционирования вузов в условиях рыночной экономики. Важной задачей системы образования является подготовка и переподготовка кадров для инновационной деятельности. Для достижения обозначенной цели необходимо совершенствовать систему управления научной, научно-технической и инновационной деятельности вузов, а именно, ориентировать данную деятельности на рынок и потребителя – это основа системы управления вузами в современных рыночных условиях. Это предполагает резкое усиление роли маркетинга, учета, быстро и резко изменяющейся окружающей среды вуза, спроса потребителей и рынка, а, следовательно, быстрой адаптации системы управления вузом под новые задачи, наукоемкую продукцию, технологии и услуги специалистов.

Инновационная деятельность вузов направлена на решение следующих задач:

- 1) развитие и совершенствование национальной и региональной инновационной системы;
- 2) эффективное и рациональное использование интеллектуальных ресурсов вуза, формирование устойчивого интеллектуального потенциала, способного инициировать и реализовывать инновационные проекты различной сложности и направленности;
- 3) коммерциализация научных идей, оригинальных инновационных проектов;

4) расширение спектра рабочих мест и баз практики для студентов, аспирантов на основе создания фирм и совместных предприятий, в том числе с вузами других стран;

5) повышение уровня предпринимательской культуры и подготовка квалифицированных кадров в сфере малого и среднего бизнеса;

С переходом к рыночной экономике перед ВУЗами появилась проблема коммерческого использования своих разработок и результатов исследований. При инновационном подходе новые знания либо осуществляются и становятся новой продукцией, либо становятся объектами интеллектуальной собственности, услугами, новыми технологиями. Тем самым результаты научной деятельности, масштабным источником которой является Высшая школа, становятся объектом купли-продажи, то есть превращаются в товар. При взаимодействии с рынком с использованием приемов маркетинга у владельца товара появляется возможность коммерциализировать свои результаты научных трудов, то есть получить прибыль от их реализации. При осуществлении инновационного процесса ВУЗ сталкивается с рядом проблем: организационного, ресурсного, правового характеров. Организационные проблемы хотелось бы выделить особо.

В процессе создания нововведения, как правило, активно задействованы научные кадры, а в процессе же коммерциализации главная роль отдается предпринимателям. В связи с разной профессиональной ориентацией часто интересы предпринимателей противоречат более широким, порой идеалистическим, интересам исследователей и разработчиков. Часто ученый поглощен научной проблемой и его мало волнует практическое и коммерчески выгодное использование результатов его труда. В свою очередь предприниматель заинтересован в получении прибыли от реализации научно-технической продукции. Разные интересы создают взаимное непонимание, «коммуникационный барьер» между учеными и предпринимателями.

На сегодняшний день существует довольно много структур юридического закрепления отношений между ВУЗами и предприятиями:

Договорные отношения. Это самый распространенный и простой способ взаимодействия. Между ВУЗом и предприятием заключается договор на оказание определенных услуг. В договоре прописано: количество заказанных студентов, срок их подготовки, сумма оплаты за их подготовку и многое другое.

Альянсы. Научно-техническим альянсом принято называть устойчивое объединение нескольких фирм различных размеров между собой с университетами, на основе соглашения о совместном финансировании, разработке и модернизации продукции (образовательной программы).

Участники альянса вносят свои вклады в виде интеллектуальных, материальных и других ресурсов, а после достижения результатов получают по соглашению свою долю интеллектуальной собственности. В

спектре організаційних форм альянсу займають проміжну ступінь між неформальною кооперацією і повним злиттям. Управління здійснюється або одним з ведучих членів або спеціально призначеним координаційним комітетом.

Консорціуми. Консорціум представляє собою добровільне об'єднання організацій для рішення конкретної задачі, реалізації програми, виконання великого проекту. Консорціум передбачає розподіл відповідальності між компаніями-учасниками, рівні права партнерів і централізоване управління. В нього можуть входити підприємства і організації різних форм власності, профіля і розміру. Учасники консорціуму зберігають свою повну господарську самостійність і підкоряються спільно обраному виконавчому органу в тій частині діяльності, яка стосується цілей консорціуму. Після виконання поставленої задачі консорціум розпускається.

Спільні підприємства. Спільне підприємство передбачає вклад з боку партнерів у вигляді капіталу, технологій або інших активів. Воно багатьох випадках відповідальність у управлінні розподілена між фірмами-партнерами.

Але все ж в якості основної структури пропонується створювати освітньо-промислові групи (ОПГ). Це сукупність навчальних закладів і підприємств, об'єднаних за системою участі своїх матеріальних і нематеріальних активів на основі угоди про створення освітньо-промислової групи з метою інтеграції для реалізації інвестиційних і інших проектів і програм, спрямованих на підвищення якості підготовки кадрів всіх рівнів освіти відповідно до сучасними вимогами технологічного і економічного розвитку підприємств.

Структура освітньо-промислової групи може бути різною в залежності від завдань, поставлених при її створенні. Мінімальний склад групи – один ВНУ і одне промислове підприємство. Але якщо мова йде про створення галузевого професійно-освітнього комплексу, в ОПГ можуть об'єднатися кілька промислових підприємств однієї галузі і вище освітнє заклад, координуючий скрізь навчальний процес неперервної і багаторівневої підготовки кадрів для галузі, починаючи з початкового професійного навчання і закінчуючи післявузовським освітнім (школа – училище – коледж – ВНУ – курси перепідготовки і підвищення кваліфікації – аспірантура – докторантура).

Великі промислові підприємства можуть брати участь в ОПГ з метою створення системи корпоративного (фірмового) навчання, виконуючого підготовку для фірми співробітників всіх рівнів – від робочого до топ-менеджера.

Ексклюзивне навчання потребує вдосконалення як навчально-методичної, так і матеріальної бази вищого навчального закладу.

Финансирование таких проектов будет, естественно, осуществляться заинтересованным лицом – промышленным предприятием (или группой предприятий), вошедшим в ОПГ.

Перечень вопросов для сотрудничества вуза и предприятия очень велик. Это подготовка специалистов с высшим образованием, повышение квалификации, переподготовка и получение второго высшего образования, проведение научно-исследовательских работ и диссертационных исследований, участие представителей предприятия в учебном процессе, корректировке образовательных программ, государственной аттестации выпускников. Для повышения эффективности проведения этих работ и мероприятий наряду с вузовскими аудиториями и лабораториями может использоваться материально-техническая база предприятия. Естественно, что производственные практики студентов, обучающихся по отраслевой или корпоративной программе, должны проходить на предприятии – участнике ОПГ.

Таким образом, взаимодействие вузов и предприятий неизбежно, так как очевидно, что обе стороны заинтересованы в установлении тесных контактов. Предприятия дают возможность вузу получать дополнительные средства, отслеживать меняющиеся требования различных отраслей к специалистам и оперативно корректировать образовательные программы, что в свою очередь способствует повышению конкурентоспособности учебного заведения. При этом у предприятий появляется возможность, влияя на процесс обучения, получить специалистов, подготовленных по «специальному заказу», и даже принять непосредственное участие в подготовке, направляя своих топ-менеджеров для преподавания в вузе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дюкарев Р. Социальный маркетинг для некоммерческих организаций : практическое пособие / Р. Дюкарев, А. Карен, О. Фокс, К. Холмз. – М. : Центр развития образования, 2000. – 214 с.
2. Кондраков А. А. Найди спонсора / А. А. Кондраков. – СПб. : Ортикон, 2001. – 192 с.
3. Любашевский Ю. Л. Технологии современного спонсорства. Спонсоринг и фандрайзинг / Ю. Л. Любашевский, А. В. Щербаков. – М. : Спонсорское агентство «Материк», 1998. – 161 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Ф. Котлер, Н. Ли. – СПб. : Питер, 2008. – 96 с.
5. Цивук Р. А. Франдрайзинг / Р. А. Цивук. – СПб. : Питер, 2007. – 157 с.
6. <http://www.prof.msu.ru>
7. <http://www.catalog.aprot.ru/rus/topsites.asp>
8. <http://www.friends-partners.org/fp/friends/search/isf.html>