

## КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПЕРСОНАЛА КАК ЭЛЕМЕНТА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ БИЗНЕСА

© 2003 В. И. Дровяников, В. П. Хитров

Международный институт рынка, г. Самара

Проанализированы особенности инновационной стратегии бизнеса применительно к образовательной сфере. Выявлены основные принципы эффективного инвестирования в профессиональную переподготовку и повышение квалификации персонала. Определены требования к содержанию и качеству обучения со стороны всех участников образовательного процесса. Изложена концепция проведения инвестиционной политики предприятия в части формирования образовательного потенциала, обеспечивающего устойчивое и поступательное развитие бизнеса.

Этапы социально-экономического развития общества в процессе становления рыночных отношений обусловили различные подходы к формированию профессионального уровня персонала предприятий. Прослеживается тенденция перехода от компенсационного типа кадровой политики, основанной на подборе готовых специалистов, к продуманной стратегии и тактике формирования коллектива высокопрофессиональных и конкурентоспособных работников на основе их непрерывного обучения. Опыт работы в рыночной среде, состояние которой можно определить как перманентный кризис, показал, что инвестиции в человеческий капитал зачастую приносят больший эффект, чем вложения в развитие материальной сферы.

Поддержание высокого профессионального уровня сотрудников является важным конкурентным преимуществом как предприятия, так и самого сотрудника. Этот вывод подтверждается развитием мировой экономики и является непреложным законом успешного бизнеса, т. к. приспособиться к непредсказуемым и резким переменам в рыночной сфере может только высококомбинированный персонал, ориентированный на постоянное развитие в конкурентной среде. Такой персонал становится фактором, определяющим конкурентоспособные преимущества и динамику развития предприятия, а в конечном итоге эффективность всего бизнеса [1].

В соответствии с принципами инвестиционной стратегии, планируя обучение персонала, важно верно выбрать объект инвестиций, а также сделать их вовремя и в нуж-

ном количестве. Кроме того, инвестируя в обучение персонала, руководители предприятия должны иметь возможность влиять на процесс подготовки, начиная с составления программы обучения и заканчивая завершающим этапом оценки уровня подготовки по ней.

Очевидно, такой подход к обучению кадров требует соответствующего отношения и со стороны учебного заведения - вуза, учебного центра. Образовательная среда, где происходит формирование требуемых знаний и навыков, должна поддерживаться гибкой образовательной системой, оперативно и адекватно реагирующей на воздействия внешних факторов и внутренних управляющих сигналов. При этом под внешними факторами понимаются не только заказы конкретного бизнеса, но и потребности личности, сферы бизнеса и общества в целом.

Таким образом, эффективность работы вуза во многом зависит как от его способности обеспечить стратегические цели образования, так и от оперативного реагирования на запросы всех участников образовательного процесса путем внесения в него необходимых корректировок.

Инвестиции бизнеса в образование в своей основе связаны не с достижением базового уровня подготовки, а с профессиональной переподготовкой и повышением квалификации действующего персонала. На начальном этапе возникает проблема выбора учебного заведения, которое могло бы так выполнить заказ, чтобы инвестированный капитал дал максимальную отдачу. Анализ

взаимоотношений «потребителя» и «продавца» на современном рынке образовательных услуг позволяет выделить ряд критериев, которые определяют предпочтения заказчиков при выборе вуза.

Прежде всего это критерии, которые можно назвать необходимыми:

- наличие у вуза государственной аккредитации;
- соответствие учебных программ и планов имеющимся стандартам и требованиям;
- квалификационный уровень преподавательского состава, рациональность организации учебного процесса, в том числе наличие необходимой учебно-методической литературы и информационной базы;
- использование эффективных образовательных технологий и современных технических средств.

Другая группа критериев затрагивает процесс взаимоотношений вуза с потребителем и заказчиком. Важнейший из них - наличие возможности осуществления заказчиком мониторинга, оценки и корректировки учебного процесса. Эти особенности определяют требования к взаимоотношениям вуза с заказчиком, как к динамической системе с обратной связью. Можно выделить три уровня такой связи:

- «вуз – заказчик (предприятие, организация, фирма)»;
- «вуз – потребитель (слушатель)»;
- «вуз – потребитель (социально-экономическая среда, общество)».

Важность учета этих элементов подтверждает практика работы факультета дополнительного образования Международного института рынка, основа эффективной работы которого в учете интересов не только заказчика, но и других участников образовательного процесса. В этом случае обучение увязывает все цели: усиливает позиции вуза на рынке образовательных услуг и увеличивает как потенциал бизнеса и общества, так и потенциал личности.

Отсюда следует, что даже кратковременные программы дополнительного образования необходимо формировать, исходя из присутствия в них нескольких уровней обучения. Например, при повышении квалифи-

кации в области менеджмента в содержание первого уровня входят конкретные практические знания, умения и навыки. Это реализуется путем передачи и накопления информации, анализа производственных ситуаций и примеров. При качественном ведении образовательного процесса на этом уровне достигается локальная цель обучения – освоение профессионального мастерства. Но это только часть задачи подготовки высокопрофессиональных специалистов.

Важность присутствия в образовательном процессе других уровней обучения обусловлена целями и перспективами развития как личности, так и общества. Это – формирование навыков системного анализа проблем и умения синтезировать и проектировать управленческие решения, находить оптимальные и рациональные методы управления в условиях конкурентной борьбы и нестабильной социально-экономической ситуации. Безусловно, создание таких программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации является непростой задачей.

В максимальной степени данный подход могут обеспечить образовательные системы, построенные и функционирующие на принципах TQM – тотального управления качеством. В данном случае управление вузом нацелено на качество профессионального обучения и основано на участии в этом всех его сотрудников. Главная цель - достижение долгосрочного успеха путем удовлетворения требований заказчика (потребителя) и запросов всех участников образовательного процесса, в том числе и общества [2].

Система управления вузом, построенная на принципах TQM, имеет следующие характерные черты:

- активное руководство качеством со стороны администрации на основе выработанной политики в области качества;
- организация образовательной деятельности, исходя из запросов заказчиков и потребителей;
- выбор стратегии и политики в области качества образования, направленной на постоянное совершенствование образовательного процесса и обеспечение стабильно высоких результатов;

- наличие системы качества или ее основных элементов, созданной с учетом рекомендаций международных стандартов и опыта ведущих отечественных и зарубежных вузов;

- непрерывное повышение квалификации сотрудников вуза и вовлечение его в работу по улучшению качества;

- обеспеченность учебного процесса необходимыми современными ресурсами: техническими, методическими и информационными;

- эффективное управление учебным процессом с учетом требований потребителя;

- сертификация образовательных услуг на основе государственных, общественных и международных требований (аттестации, аккредитации и т. п.).

Наличие вышеперечисленных особенностей в работе вуза, как показала практика, с высокой степенью достоверности позволяет сделать вывод о высоком профессиональном уровне предоставляемых вузом образовательных услуг.

Все вышеперечисленные критерии, методы оценки и выбора вуза безусловно дополняются ценовым критерием. Как правило, заказчик старается найти оптимальное сочетание цены образовательной программы с ее качеством. Однако, на наш взгляд, этот критерий не должен превалировать на этапе выбора вуза. Его следует принимать во внимание при условии достижения основных критериев.

Выбор вуза как объекта инвестирования в образование определяет не только направление реализации локальной цели по получению конкретного набора интеллектуальных услуг, но и является основой для налаживания долгосрочных отношений сотрудничества. Сегодня непрерывное образование персонала стало важным элементом корпоративной культуры, поэтому придание вузу статуса учебного центра предприятия позволяет получить максимальный эффект от денежных инвестиций. Такое сотрудничество стимулирует развитие бизнеса и во многом предопределяет устойчивую и успешную работу в условиях рыночной экономики.

Инвестиции в образование можно охарактеризовать как расширенный инноваци-

онный процесс [3], когда в качестве новых производителей нововведения выступают специалисты, получившие новые профессиональные знания. Именно они обеспечивают диффузию инновации – передачу во времени эффекта нового знания по коммуникационным каналам. Способность кумулятивного увеличения числа последователей, внедряющих новые знания, определяет потребительскую ценность образования и для среды конкретного бизнеса, и для общества в целом [4].

Таким образом, к дополнительной прибыли, которую получают предприниматели, первыми использующие приобретенные знания, присовокупляются «сверхприбыли», полученные экономическими структурами и социальными системами. Это определяет социально-экономическую значимость дополнительного образования и обуславливает важность его корпоративной и государственной поддержки, в том числе развития инфраструктур, облегчающих инновации в образовании. Ведь эти инновации поддерживают в экономике тенденцию роста, а в ситуации экономического спада являются одним из базовых механизмов, понуждающих хозяйственную конъюнктуру к преодолению негативных явлений. Инновационная стратегия бизнеса применительно к образованию может носить и венчурный характер, например, создание группой предприятий и организаций, а также государственными и общественными структурами образовательного учреждения. В этом случае на основе текущих и перспективных потребностей участников инвестиционного проекта и выработанной системы целей и задач создается структура, способная эффективно реализовать возникающие потребности бизнеса, обеспечить достижение нового качества в образовании и, в общем случае, дать экономике новый импульс, поддерживая поступательное развитие общества.

Анализ перспективных потребностей и синтез (планирование) текущих и долгосрочных целей является основой для выработки инновационной стратегии по росту интеллектуального капитала структур бизнеса.

При этом преследуются две цели:

- эффективное распределение ресурсов как на приобретение новых знаний, так и на их рациональное использование;

- развитие и упрочнение адаптационных способностей бизнеса, т. е. его эффективно-го приспособления к изменению внешних факторов (экономических, политических, демографических и др.).

Поскольку постановка целей и задач в стратегическом планировании инновационного процесса определяются руководством, очень важно обеспечить и поддерживать высокий уровень его информированности о текущих и предполагаемых изменениях во внешней и внутренней средах конкретного бизнеса и экономики в целом. Это обеспечивается образовательной структурой через систему регулярных семинаров и консультационной поддержки.

Правильное определение целей и задач позволяет выбрать приоритетные направления профессионального обучения сотрудников, а также его наиболее эффективные формы. Детализация такого подхода составляет основу плана повышения квалификации (образовательного потенциала) персонала, который соответствует требованиям инновационной политики предприятия.

Очевидно, разные категории персонала нуждаются в профессиональном обучении разного объема и вида. Если говорить о качестве системы профессиональной подготовки менеджеров и функциональных специалистов, то она, с одной стороны, является саморегулирующей системой, в которой велика роль мотивации личности, а с другой стороны, должна обеспечить выполнение текущих и перспективных задач бизнеса.

В ряде случаев задачи, которые руководство предприятия ставит в области профессионального образования, не всегда совпадают с потребностями самого специалиста. Отсюда вытекает особая значимость правильной организации работы структур, которые отвечают за повышение квалификации персонала и планируют карьеру сотрудников. Мотивация и квалификация становятся базовыми понятиями управления персоналом, а

создание условий для более полного выявления и пополнения интеллектуального потенциала сотрудников приобретает ключевое значение для жизнеспособности бизнеса. В более общем смысле, предприятие на основе долгосрочного сотрудничества с образовательными учреждениями создает условия для эффективного кадрового планирования, управления внутренним рынком труда и его рационального взаимодействия с внешней средой.

Как показывает анализ работы системы дополнительного образования в нашем институте и ряде других ведущих учебных центров г. Самары, инвестирование в образование персонала обеспечивает:

- увеличение шансов для карьерного роста специалистов, что повышает привязанность к предприятию, улучшает психологический микроклимат в коллективе;

- рост управляемости и качества кадрового потенциала;

- целенаправленность в кадровой поддержке развития бизнеса;

- привнесение новых импульсов в сферы менеджмента, экономики, технологии и производства.

Таким образом, инвестиции в образование, направленные на рост кадрового потенциала, являются одним из основополагающих элементов инновационного развития бизнеса, а это определяет необходимость системного и планомерного подхода в его взаимоотношении с образовательной сферой.

### Список литературы

1. Волов В. Т. Фрактально-кластерная теория управления образовательными структурами. Казань: Центр инновационных технологий, 2000. – 303 с.

2. Салимова Т. А. Теория и практика управления качеством. Саранск: Издательство Мордовского университета, 2001. – 172 с.

3. Ильенкова С. Д., Гохберг А. М., Ягудин С. Ю. и др. Инновационный менеджмент. М.: ЮНИТИ, 2000. – 327 с.

4. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1981.

**CONCEPTION OF CREATING STAFF EDUCATIONAL POTENTIAL AS ELEMENT  
OF INNOVATION BUSINESS STRATEGY**

© 2003 V. I. Drovyannikov, V. P. Khitrov

International Market Institute, Samara

Peculiarities of innovation business strategy as applied to the educational sphere are analyzed. The main principles of efficient investment into professional training and upgrading personnel skills are established. The requirements for the content and quality of education as viewed by all participants of the educational process are defined. The conception of carrying out the enterprise investment policy concerning the formation of educational potential providing steady business development is presented.