

**Министерство образования Омской области
БОУ ОО СПО «Торгово-экономический колледж»**

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ
УСЛОВИЯХ**

Составители:

Зуйкова Г. Д., директор
БОУ ОО СПО "ТЭК"

Пузанова Е.С., преподаватель кафедры
«Учетно-экономических дисциплин»

Омск-2009

Содержание

Введение.....	3
1. Деятельность образовательного учреждения (БОУ ОО СПО ТЭК) на современном этапе развития экономики страны.....	5
2. Анализ исходного состояния проблемы предпринимательской деятельности учебного заведения и развитие предпринимательских способностей выпускников данного учебного заведения.....	17
3. Модель предпринимательской деятельности учебного заведения.	14
3.1. Создание базы данных выпускников прошлых лет, ставших успешными предпринимателями.....	16
3.2. Статистическое исследование спроса и предложения рабочей силы на рынке труда.....	16
3.3. Статистическое исследование мнения работодателей о трудоустроенных выпускниках колледжа и требований к потенциальным работникам.....	17
3.4. Статистическое исследование студентов колледжа на наличие предпринимательских способностей для дальнейшего развития.....	23
3.5. Создание «Бизнес-Клуба» для формирования банка данных и разработки бизнес-планов для Бизнес Инкубатора.....	24
3.6. Открытие консультационного пункта.....	26
3.7. Введение элементов дистанционного образования.....	28
3.8. Создание имитационных моделей для учащихся школ – курс различных профессий.....	28
Заключение.....	31
Библиографический список.....	32

Введение

Как известно, в условиях рыночной экономики в качестве одного из центральных институтов и главной движущей силы развития выступает предпринимательство. Переход к рыночной системе хозяйствования - это переход к экономике предпринимательского типа.

Предпринимательский тип воспроизводства обеспечивает высокую эффективность экономической системы, как результат ускорения научно-технического прогресса и оперативного восприятия нововведений экономикой; стабильность и защищенность, как следствие непрерывного поиска эффективных способов предупреждения кризисов и спадов. С другой стороны, рыночные реформы существенным образом изменили функционирование рынка образовательных услуг. Эти условия характеризуются повышенной нестабильностью, нарастанием неопределенности внешней среды, усилением конкуренции, существенным сокращением бюджетного финансирования государственных вузов. Перед вузами остро встают проблемы обеспечения жизнеспособности, поддержания своего финансового состояния на должном уровне и поиска источников устойчивого развития.

Роль и значение предпринимательства в целом и малого предпринимательства в частности для перспектив создания институтов гражданского общества, социального государства и среднего класса, а также правового механизма регулирования рынка и, соответственно, стабильно развивающейся конкурентной рыночной экономики в России сложно переоценить. Однако для того, чтобы малое предпринимательство оказалось в состоянии инициировать подобные позитивные изменения в обществе, необходим не только его количественный рост, но и качественные изменения, а именно изменение способов его формирования.

Поэтому распространение предпринимательства в образовании является объективным и закономерным процессом. Между тем, рынок диктует необходимость принятия решений в условиях неопределенности, когда результат деятельности неизвестен заранее и носит вероятностный характер.

«Молодежное предпринимательство» в нынешних условиях обладает двумя преимуществами. Во-первых, сегодняшняя молодежь, начиная свое дело, уже может опираться на помощь и советы предыдущего поколения предпринимателей, в роли которых могут выступать их родственники и знакомые. Во-вторых, современная молодежь обладает возможностью получения специальных знаний и навыков, обладание которыми дает значительные преимущества при открытии своего дела и стимулирует бизнес-активность.

В этой связи особую роль начинает играть образование, которое должно научиться отвечать потребностям общества, подстраиваться под его реалии. Перед современными образовательными учреждениями встают новые задачи – передача студентам, во-первых, необходимого для предпринимательства корпуса знаний, навыков и умений, во-вторых, формирование у них способности к предпринимательству: прежде всего, способности к инновации, к «интеллектуальному предпринимательству», а в-третьих, стимулирование развития предпринимательских инициатив у выпускаемых специалистов через специфику своей организации. И если первая задача потенциально выполнима уже сейчас практически любым учебным заведением, то вторая и третья задача предполагают принципиальное изменение всей системы образования и организационной

структуры учебного заведения – превращение их в учреждения третьего поколения: проектно-ориентированные, инновационные, предпринимательские образовательные учреждения.

В условиях кризиса экономики современного образования предпринимательская деятельность является необходимым условием существования и развития образовательного учреждения, а основной ее целью становится привлечение в образовательное учреждение финансовых средств. Субъектом данной деятельности является образовательное учреждение, а в данном случае БОУ ОО СПО «Торгово-экономический колледж» (БОУ ОО СПО ТЭК), выступающий в качестве активного участника рыночных отношений.

Экономическая выгода, получаемая в процессе ведения предпринимательской деятельности, позволяет развивать исследовательскую деятельность и обеспечивать высокое качество учебного процесса, и, поскольку предоставления образовательных услуг является основной функцией образовательного учреждения, оказание этих услуг на платной основе есть приоритетное направление в предпринимательской деятельности образовательного учреждения (Типовое Положение об образовательном учреждении среднего профессионального образования (среднем специальном учебном заведении) «Среднее специальное учебное заведение вправе вести предпринимательскую деятельность, предусмотренную его уставом, в соответствии с законодательством Российской Федерации»).

Учебное заведение должно разрабатывать способы ведения предпринимательской деятельности, учитывающие не только свои профильные, образовательные возможности, но и другие его ресурсы, а также основные общемировые экономические и научно-технические тенденции и требования рынка труда. Таким образом, практическая реализация предпринимательской деятельности в современных условиях развития систем образования является неотъемлемым элементом функционирования каждого учебного заведения, а разработка и изучение ее методологических основ – крайне актуальным направлением исследований, имеющим практическую значимость для руководства каждого учебного заведения.

Настоящие методологические основы определяют современное состояние и перспективы дальнейшего развития БОУ ОО СПО ТЭК.

Методологические основы направлены на разработку комплекса мер по ведению предпринимательской деятельности и предпринимательской подготовки выпускников колледжа, консультирование бизнес-процессов, что будет способствовать:

- а) развитию экономики города;
- б) удовлетворению потребностей населения;
- в) повышению образовательного уровня населения и предпринимательской грамотности;
- г) росту конкурентоспособности БОУ ОО СПО ТЭК на рынке образовательных услуг и как следствие росту конкурентоспособности выпускника колледжа на рынке труда.

В предложенных методологических основах рассмотрены основные проблемы современного образовательного учреждения в предпринимательской деятельности и предложены мероприятия по оптимизации данной проблемы на современном этапе развития экономики страны.

1. Деятельность образовательного учреждения (БОУ ОО СПО ТЭК) на современном этапе развития экономики страны

БОУ ОО СПО ТЭК осуществляет свою деятельность в соответствии с Законом РФ «Об образовании» и на основании Устава колледжа. БОУ ОО СПО ТЭК является основным участником, учредителем образовательного проекта «Омский губернский колледж: инновационное непрерывное образование как условие социализации личности выпускника». БОУ ОО СПО ТЭК - профессиональное образовательное учреждение, готовящее специалистов среднего звена в течении тридцати шести лет.

Начиная с 1991 года в Омской области осуществляется работа по формированию системы подготовки учащихся и студентов учреждений профессионального образования по основам функциональной грамотности в сфере экономических знаний и предпринимательской деятельности. БОУ ОО СПО ТЭК реализует образовательные программы по основной подготовке специалистов торговли, общественного питания, бизнеса и предпринимательства, осуществляет подготовку, переподготовку и повышение квалификации специалистов отрасли Омской области:

- в 1995 году колледж получил международную аккредитацию в области бизнес- администрирования по совместному Российско-британскому проекту «НОУ-ХАУ Великобритания»;

- с 1999-2007 года колледж являлся учредителем областного молодежного «Бизнес-инкубатора»;

- 2003 г. - колледж отмечен благодарностью Законодательного собрания Омской области в проведении открытого конкурса «Политики нового поколения»;

- 2004 г - колледж удостоен дипломом Всероссийского конкурса «Лидер среднего профессионального образования 2003 года».

Заданный общий план содержания образования определяется введением трех контекстов: исследования, проектирования и стратегирования.

Концептуально-целевые установки в работе педагогического коллектива БОУ ОО СПО ТЭК, стратегия его деятельности по вопросу готовности к реализации опытно-экспериментальной работы:

- 1993- 1995 гг. - освоение новых технологий в области бизнес- администрирования;

- 1995 - 1999 гг. - модульно-блочное структурирование учебного процесса. Научный консультант проекта - Громкова М.Г., профессор, доктор педагогических наук, консультант Государственной думы по вопросу «Понятийный аппарат нормативно-правовой базы законов РФ»;

- 1999 - 2003 гг. - компетентностный, личностно-ориентированный подход в обучении, тестовый контроль и проектная технология. Научный консультант Гам В.И.;

- 2003 - 2005 гг. - технологии в области предпринимательской подготовки молодежи. Научный консультант - Гиль С. С.

Ассоциация некоммерческих организаций учебных заведений дополнительно образования, средних общеобразовательных школ, начального, среднего, высшего профессионального образования – Омский губернский колледж» — объединяющий

два УЗСПО, взаимодействующие по реализации проекта «Инновационное непрерывное образование как условие социализации личности выпускника».

БОУ ОО СПО ТЭК реализующий непрерывное образование по линии ОСШ → УЗНПО → УЗСПО → ВПО по специальностям и профессиям: общеобразовательные муниципальные школы Ю 29, 129, 106, 113,60, 13, 81, 91 по рабочим профессиям: продавец, кассир, повар, официант, оператор ПЭВМ; УЗ НПО № 2, 69 (оператор ПЭВМ); № 15,21 (повар-кондитер); № 54, 72, 24 (продавец, контролер-кассир); № 48 (администратор гостиничного хозяйства, дежурная по этажу, портье); ВПО - Омский Государственный Технический университет по специальности «Экономика и менеджмент отрасли»; Омский Государственный Университет сервиса по специальности «Автоматизированные системы обработки информации и управления» и «Программное обеспечение вычислительной техники».

Социальные партнеры колледжа: а) союз делового сотрудничества организации торговли г. Омска и Омской области; б) общественный фонд «Третьяковские традиции»; в) ООО СП ТЦ «Омский»; г) ТЦ «Октябрьский»; д) ЗАО «Астор»; е) Омский Государственный технический университет; ж) Омский Государственный институт сервиса;

Цель деятельности БОУ ОО СПО - ресурсное обеспечение качественно нового профессионального образования путем предоставления модернизированных образовательных ресурсов, предназначенных для освоения образовательных программ в образовательных учреждениях различных видов и ведомственной принадлежности, а также незанятого населения Омской области.

В настоящий момент модель деятельности БОУ ОО СПО ТЭК может быть представлена в виде схемы на рис.1.



2. Анализ исходного состояния проблемы предпринимательской деятельности учебного заведения и развитие предпринимательских способностей выпускников данного учебного заведения

В рамках изучаемой проблемы следует выделить следующие основные стратегии, характеризующие развитие основных этапов деятельности БОУ ОО СПО ТЭК на современном этапе:

1. Стратегия формирования дополнительных источников финансирования колледжа, исходя из современной государственной политики.
2. Стратегия по предпринимательской подготовке (слушателей и студентов всех уровней), обучающихся в рамках непрерывного образования.
3. Стратегия «обучения в течении всей жизни» – как инструмент развития современной системы образования по направлению предпринимательской подготовки в области бизнеса и предпринимательства.

Следует отметить, что предпринимательская деятельность (бизнес) учебного заведения выполняет не только экономическую миссию – получение прибыли, но и социальную миссию, которая состоит в следующем:

- предпринимательские цели, экономическая и социальная ответственность равнозначны, не противоречат, а дополняют друг друга;
- разумная, сбалансированная и результативная социальная ответственность учреждения снижает предпринимательские риски, укрепляет конкурентоспособность, повышает эффективность персонала и лояльность потребителей, улучшает репутацию предпринимателей, компаний и бизнес-сообщества в целом;
- достижение высоких долгосрочных экономических и социальных результатов возможно только на основе разумного баланса интересов наших акционеров, государства, работников, поставщиков и потребителей, общественных институтов и других сторон, затрагиваемых деятельностью учреждения;
- социальная ответственность бизнеса может и обязана быть полезна для долгосрочного успеха учреждения в той же мере, как и полезна для общества в целом;
- важнейшее условие экономического и социального благополучия страны - формирование солидарной ответственности государства, бизнеса и гражданина, в основе, которой – демократия, соблюдение гражданских прав и свобод, включая право частной собственности, равенство возможностей, уважение человеческого достоинства и приоритет закона.

Современное развитие науки и новых технологий, скорость появления различного рода инноваций, в том числе тех, которые кардинально меняют основополагающие представления, принципы, методики, утвердившиеся в той или иной предметной области, ведут к формированию научно-образовательных проблем. Данные проблемы представлены в докладе Бернадского Ю.И. «Роль общественных бизнес-объединений в консолидации предпринимательства Сибири. Опыт взаимодействия и перспективы» (рис.2).

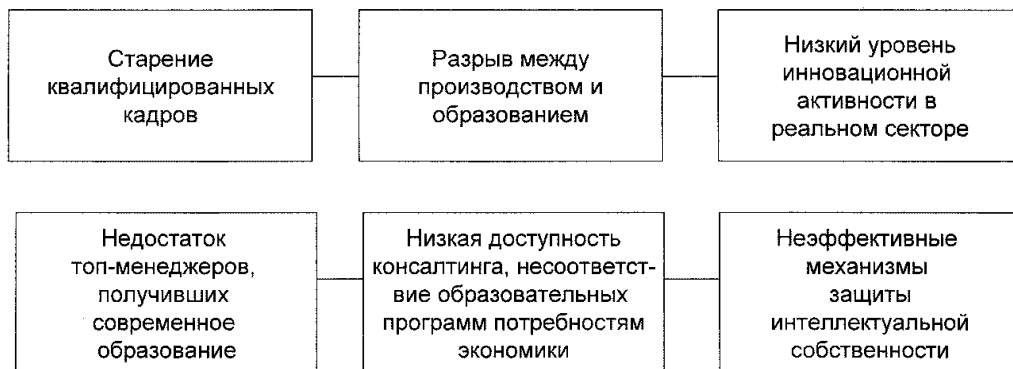
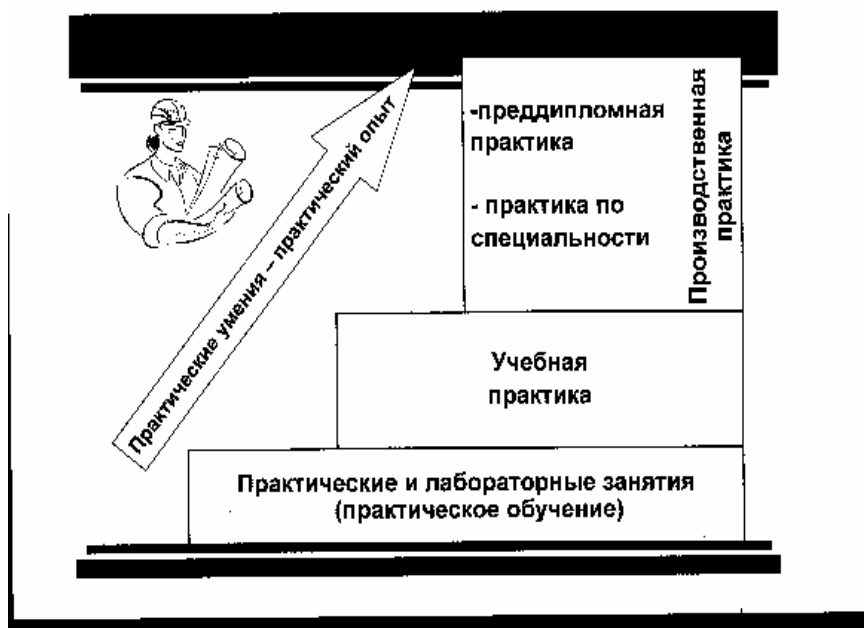


Рис.2. Научно-образовательные проблемы.

Решение данных проблем становится принципиальным направлением предпринимательского развития образовательного учреждения на современном этапе развития экономики.

Переход к непрерывному профессиональному образованию во всех направлениях обучения позволит образовательному учреждению быть мобильным на рынке труда и решит проблему старения квалифицированных кадров, как в моральном, так и физическом аспекте. Усовершенствованные в связи с новшествами учебные программы позволят очень быстро переподготовить кадры по какой-либо специальности. Наличие у образовательного учреждения различных баз практик и прохождение учебных практик в течении всех лет обучения позволит молодым кадрам стать высококвалифицированными специалистами. Также учебное заведение имеет возможность имитации рабочего места будущего специалиста, что позволит выпускнику быть уверенным при устройстве на работу. Это так же поможет в решении проблемы наличия разрыва между производством и образованием, что видно на рис.3.



Получая знания и приобретая умения по своей будущей профессии, студенты так же могут овладеть и предпринимательскими навыками, т.е. стать будущими предпринимателями, что повысит активность в реальном секторе экономики – т.е.

создавать новые рабочие места, снижая уровень безработицы, увеличивая благосостояние общества и обеспечить полноценное удовлетворение потребностей населения региона. В дальнейшем учебное заведение может оказывать необходимые консультационные услуги по ведению бизнеса, как молодым предпринимателям, так и тем предпринимателям, которым понадобится необходимая помощь в реализации своих предпринимательских идей.

Эти основные выводы находят свои подтверждения в «Стратегии социально-экономического развития Омской области до 2020 года»: «целью развития образования является обеспечение населения Омской области качественным образованием современного уровня, удовлетворяющим потребностям личности и общества; воспитание учащихся образовательных учреждений с позиций общечеловеческих ценностей с учетом региональных культурных традиций и особенностей. Одной из приоритетными задач Правительства Омской области в этой сфере является: повышение качества профессионального образования, обеспечение его структурной и институциональной перестройки в соответствии с потребностями экономики Омской области. Одними из приоритетных задач Правительства Омской области в сфере малого предпринимательства являются: развитие инфраструктуры поддержки малого бизнеса, создание сети бизнес-инкубаторов в г.Омске и районных центрах Омской области; организационное и информационное обеспечение деятельности малого предпринимательства.»

Перед тем как составить и разработать основные меры по развитию обозначенных выше стратегий в сфере решения данных научно-образовательных проблем следует дать характеристику перспективам развития бизнеса и предпринимательской деятельности в г.Омске и Омской области. Бизнес в г. Омске и Омской области перспективен.

Омская область один из немногих регионов РФ, в котором разработана и утверждена Губернатором Омской области концепция государственной политики развития малого предпринимательства в Омской области, основанная на географических и исторических особенностях, тенденциях социально-экономического развития Омской области, на перспективах развития Омского предпринимательства. Администрация области реализует комплекс мер, направленных на развития малого и среднего бизнеса. В рамках этой же работы в губернии был открыт областной бизнес - инкубатор - надежное звено инфраструктуры предпринимательства, где предприниматели могут получить консультацию по интересующим их вопросам. Что касается проблем малого и среднего бизнеса в целом, то многие из них связаны с проблемами в Федеральном законодательстве. К примеру, государством декларируется возможность воспользоваться субсидий по погашению кредитной ставки. Однако малые и средние бизнесмены не могут реально воспользоваться этим правом, так как для этого требуется представить такой объем документация, который им не под силу подготовить. Непосредственно в городе Омске сейчас очень сложно назвать предприятия, которые можно отнести к действительно крупному бизнесу. Омск - это сфера малого и среднего бизнеса. Это в основном фирмы, работающие в сфере услуг населению и торговле.

В Омской области достигнут значительный прогресс в становлении малого предпринимательства. Создана нормативно-правовая база, регулирующая деятельность данного сектора. В нашей стране действует Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в

Российской Федерации». Малое предпринимательство может иметь место только на частном предприятии или на предприятии, в уставном капитале которого доля государственной и муниципальной собственности не превышает 25%. Продолжает формироваться современная инфраструктура поддержки, представляющая субъектом малого предпринимательства образовательные, информационные, консультационные, финансовые и иные услуги. Субъекты малого предпринимательства осваивают новые виды деятельности, внедряют новые технологии, расширяют инновационную деятельность и свое присутствие во всех отраслях экономики. Создаются и развиваются профессиональные союзы и объединения предпринимателей. Все это способствует созданию благоприятного Делового климата для субъектов малого предпринимательства в Омской области.

Но на сегодняшний момент возникшая проблема сетевых торговых структур не может не волновать власть. Если сетевые торговые структуры заполнят город он экономически погибнет. Сетевые компании, обладая хорошими финансовыми ресурсами, уничтожают конкурента в лице мелкорозничной торговли. Поэтому следует предупреждать и запрещать развитие сетевых торговых структур, а давать возможность развитию малого бизнеса, так как преимущества малого бизнеса заключаются в гибкости, высокой адаптивной способности к изменениям рыночной конъюнктуры. Предприятия малого бизнеса оперативнее отражают изменения потребительского спроса, существенно облегчают территориальный и отраслевой перелив рабочей силы и капитала. Многочисленность малых фирм создает возможности для широкого развития конкуренции. Стабильно работают те малые предприятия, которые функционируют эффективно.

Конкретно роль малого бизнеса проявляется в том, что его развитие способствует: созданию новых рабочих мест; внедрению новых товаров и услуг, расширению их ассортимента; удовлетворению нужд крупных предприятий; обеспечению специализированными товарами и услугами.

Мировая статистика свидетельствует, что в среднем в разных странах малый бизнес дает до 50% национального продукта. В торговле на долю малого бизнеса приходится 65% частных компаний, в строительстве — 38%, в секторе бытовых услуг и досуга — 23%, в секторе деловых услуг — 13%, на транспорте и в коммунальных услугах — 10%.

Из этого следует, что потенциальные возможности малого бизнеса для развития экономики России использованы пока далеко не полностью.

Необходимо создать систему постоянных необратимых отношений бизнеса и власти, особенно на муниципальном уровне. В соответствии с Постановлением Правительства Омской области «О мерах государственной поддержке субъектов малого предпринимательства Омской области предусмотрены меры по компенсациям кредита, возмещению субъекта малого предпринимательства части расходов, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Омской области. Компенсация части расходов, связанных с выплатой вознаграждения по договорам поручительства, банковской гарантии между субъектами малого предпринимательства и организациями обе спивающими исполнение обязательств по договорам лизинга и др.

Малое и среднее предпринимательство представляет собой существенную структурную часть рыночной экономики, ее массовую базу и интегральный элемент конкурентного рыночного механизма.

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменения конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость. Эта черта малого бизнеса приобретает в современных условиях особую значимость в силу быстрой индивидуализации и дифференциации потребительского спроса, ускорения научно-технического прогресса, расширения номенклатуры производимых товаров и услуг. Отсюда следует, что его становление и развитие, разумеется, наряду с крупным предпринимательством, является стратегической проблемой экономической политики в условиях перехода от административно-командной экономики к социально ориентированному рыночному хозяйству.

Таким образом, основной целью развития малого предпринимательства на среднесрочную перспективу Омской области является дальнейшее становление устойчивой экономики в регионе на основе консолидации всех институтов гражданского общества, расширения зоны поддержки действий органов государственной власти Омской области.

В сфере обозначенных перспектив развития предпринимательства и бизнеса следует обозначить основные принципиальные позиции в ответе на возникающий в настоящее время вопрос – нужно ли предпринимателю бизнес-образование? И вот ответ на вопрос:

- диплом престижной бизнес-школы наделяет выпускника высокими амбициями и предпосылками успешной карьеры;
- бизнес-образование служит успешному развитию бизнеса, дает системный взгляд на бизнес, детальное представление о его механизме, обогащает знанием правовые аспекты ведения бизнеса.
- бизнес - образование можно получить в любом возрасте и в любой момент времени, так как существует три уровня бизнес-образования: непрерывное, повышение квалификации, переподготовка взрослых людей;
- на уровне государства очевидна насущная потребность необходимости полного отказа от любых форм регулирования бизнес-образования. Проекты бизнес-образования возникают, но к сожалению они чаще остаются нереализованными;
- государство заинтересовано объективно в высокоэффективном бизнесе, но именно бизнес, и только он, должен определять потребности в развитии своих сотрудников;
- на уровне бизнеса, к сожалению, пока еще нет глубокого понимания важности развития персонала, и в особенности содержательной стороны этого развития часто речь идет фактически об освоении статей бюджета компании, выделенных на повышение квалификации сотрудников, без глубокого анализа эффективности средств, вложенных в это обучение. Крайне редко бизнес в состоянии сформулировать предметно области компетенций, которых не хватает тем или иным сотрудникам для высокоэффективной работы. При этом следует отметить, что программы учебного заведения, несмотря на их разносторонности, практически остаются невостребованными бизнесом;
- на уровне отделения повышения квалификации и переподготовки специалистов отрасли, представляющих бизнес-образовательные услуги, проблем, к сожалению намного больше: преподавательские ресурсы, а в школе общего средне-

го образования, зачастую абсолютное незнание и непонимание бизнеса, его потребностей.

Резюмируя выше сказанное можно сделать следующие выводы:

1. Знания, наполненные информацией, сегодня не являются конечной целью образования. Главное - это проектирование и практическое освоение технологий получения новых знаний и их применение.

2. Мы должны научить студентов уже в стенах учебного заведения заниматься реальным трудом, бизнесом и предоставить им возможность зарабатывать в период обучения.

3. В подготавливаемых специалистах необходимо формировать “сплав” знаний основ академической науки с личным практическим опытом. Выпускник, чтобы быть конкурентоспособным, должен соответствовать требованиям потребителя (работодателя). Значит, важно сотрудничество между учебным заведением и социальными партнерами, и производственная сфера и сфера образовательных услуг должны быть поставлены перед необходимостью прогнозировать потребности рынка труда в целях перспективного планирования процесса обучения.

4. Сегодняшний работодатель заинтересован в уникальном специалисте, который должен не только иметь профессиональные знания, но и быть дисциплинированным работником, обладающим творческим мышлением и коммуникабельностью.

5. Учебное заведение должно целенаправленно изучать требования работодателей к качеству подготовки специалистов. Образно говоря, задача учебного заведения - готовить (производить) то, что востребовано рынком труда (продается), а не продавать то, что производится. Это должно стать сутью нового подхода к управлению технологией образовательного процесса.

6. Профессиональное учебное заведение должно взять на себя одну из важнейших функций процесса подготовки специалистов - реализацию своей “продукции”, причем сопровождать ‘свой продукт’ в течение всей его трудовой деятельности, начиная со школьного возраста.

7. Таким образом, формирование целостной образовательной среды в области предпринимательской подготовки молодежи позволит максимально эффективно использовать накопленный опыт работы и привнести в него новые элементы, что способствует наиболее полной реализации интересов и решению социальных проблем молодежи.

Будущее надо готовить. В том числе – готовить для будущего систему образования: а) во-первых, это создание отдельно взятого (единичного) образовательного учреждения с образцовой прогрессивной организацией образовательного процесса; б) во-вторых, это совместное, коллективное выстраивание целостной системы подготовки кадров (системообразующая структура (единица) новой уникальной системы. Создание социально и личностно открытых образовательных систем предполагает не только самоопределение личности в отношении выбора путей профессиональной карьеры, способов получения образования, но и самоопределение самих учебных заведений в построении возможных траекторий своего развития, выборе социальных партнеров. На основании сформированных выводов можно составить схему предпринимательской деятельности учебного заведения на современном этапе в соответствии с требованиями стандартов образования нового поколения (рис.4).

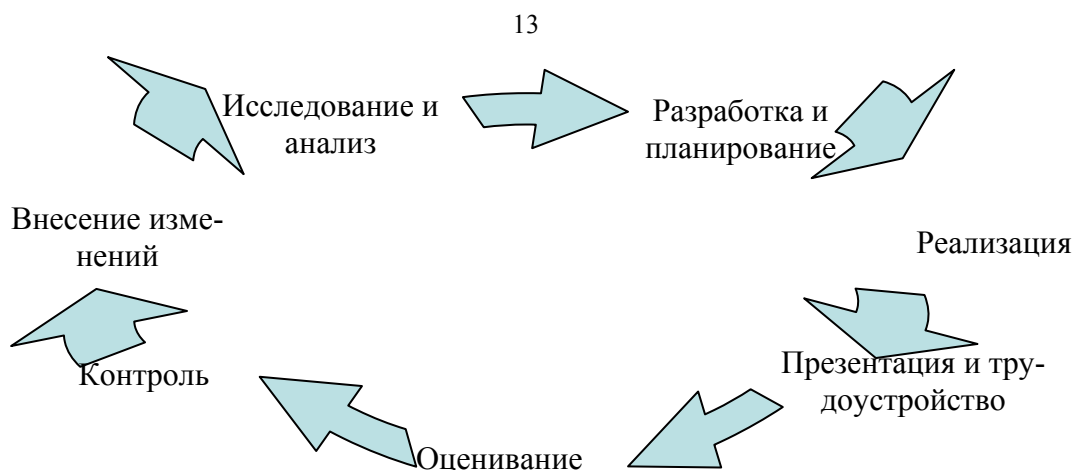


Рис.4. Схема предпринимательской деятельности учебного заведения.

Краткая характеристика основных этапов деятельности:

1 этап – статистическое исследование и анализ: а) рынка труда г.Омска и Омской области, а также анализ спроса и предложений на профессии на рынке труда; б) требований потенциальных работодателей к работникам; в) пожелания и анализ исследований мнений родителей и студентов учебного заведения о учебном процессе для формирования и разработки учебных программ и проектов для осуществления деятельности.

2 этап – планирование и разработка программы и проектов для осуществления деятельности, которые будут удовлетворять всем требованиям современной экономики.

3 этап – реализация или осуществление программы действий – учебный процесс, реализация проектов, оказание услуг и т.д.

4 этап – презентация, т.е. представление полученного результата – модель специалиста, модель услуги, модель бизнес-проекта, трудоустройство.

5 этап – оценивание результата деятельности сводится к:

- получению финансовых средств;
- оценка работодателем компетентности выпускника;
- пополнение банка данных о трудоустройстве выпускников.

6 этап – контроль – обработка и анализ полученной информации после оценивания результатов деятельности.

7 этап – изменение и внесение доработок в программу действий с учетом сформированных выводов после анализа полученной информации.

3. Модель предпринимательской деятельности учебного заведения.

С учетом анализа и формирования выводов по поставленной проблеме модель предпринимательской деятельности БОУ ОО СПО ТЭК в системе непрерывного образования будет иметь следующий вид, представленный на рис.5.

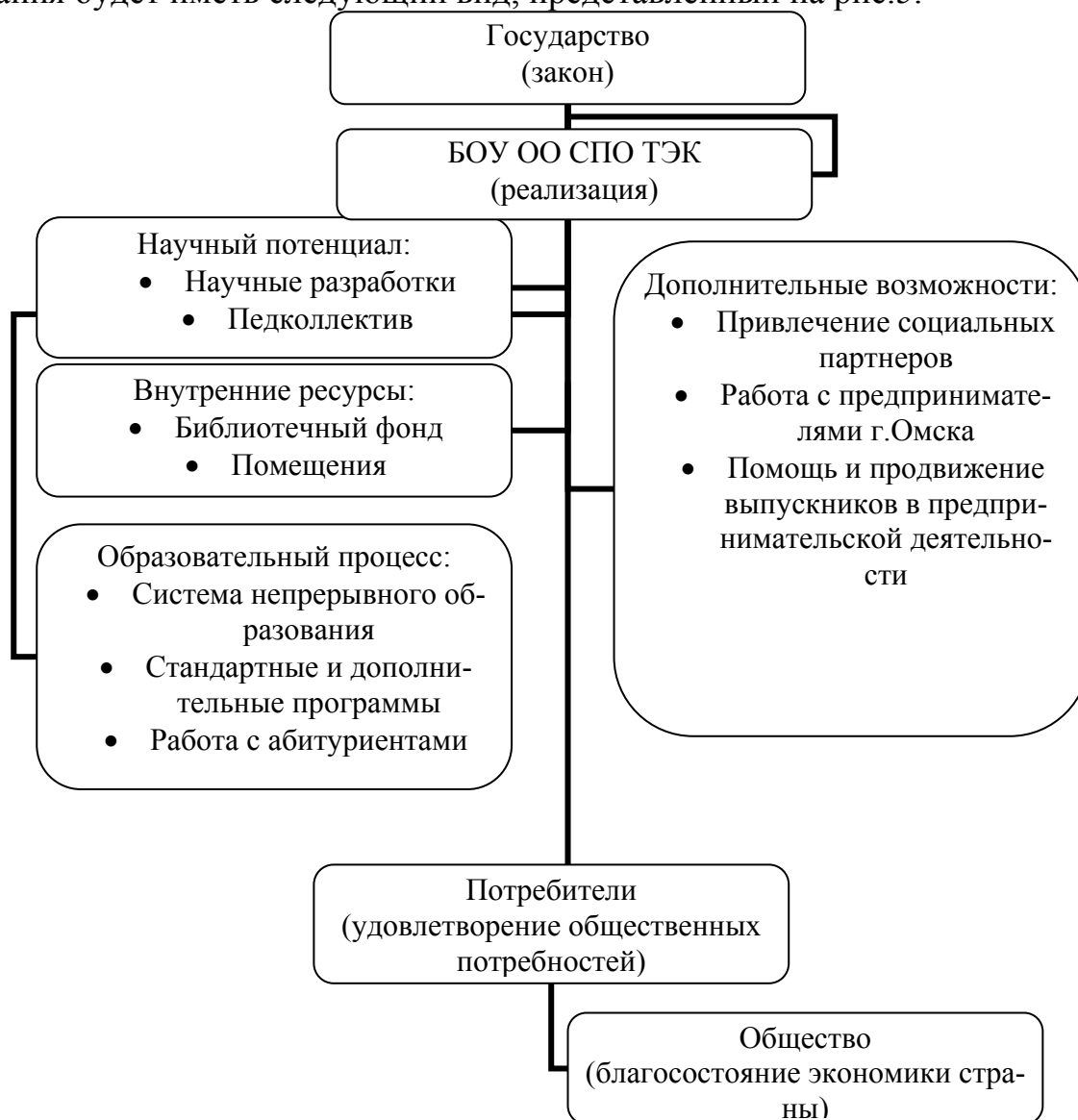


Рис.5. Модель предпринимательской деятельности учебного заведения.

Для введения в действие данной модели предпринимательской деятельности учебного заведения следует выполнить следующие основные мероприятия, представленные в табл.1 и описанные подробнее ниже.

Мероприятия по внедрению модели для осуществления
предпринимательской деятельности колледжа

№	Наименование	Результат
1	Создание базы данных выпускников прошлых лет, ставших успешными предпринимателями	1) Наличие социальных партнеров и возможное привлечение финансовых средств; 2) Возможность создание новых баз практики; 3) Создание доски достижений колледжа – для наглядной агитации студентов;
2	Статистическое исследование спроса и предложения рабочей силы на рынке труда	1) Быстрая реакция на сложившуюся ситуацию на рынке труда приведет к возможности привлечения дополнительных финансовых средств; 2) Создаст основу для взаимосвязи с работодателями и со службой занятости;
3	Статистическое исследование мнения работодателей о трудоустроенных выпускниках колледжа и требований к потенциальным работникам	1) Создание основы для взаимодействия с потенциальными работодателями, что приведет к возможности привлечения дополнительных финансовых средств (работа на заказ); 2) Способность чутко реагировать на требования работодателей позволит учебному заведению быть конкурентоспособным на ранке образовательных услуг;
4	Статистическое исследование студентов колледжа на наличие предпринимательских способностей для дальнейшего развития	1) Выявление у студентов предпринимательских способностей позволит в дальнейшем работать с ними по созданию своих предприятий;
5	Создание «Бизнес-Клуба» для формирования банка данных и разработки бизнес-планов для Бизнес Инкубатора	1) Разработка нового учебного курса для будущего предпринимателя «Основы бизнеса»; 2) Привлечение дополнительных финансовых средств; 3) Состоявшийся предприниматель – в дальнейшем социальный партнер;
6	Открытие консультационного пункта	1) Оказание помощи предпринимателям введении бизнеса; 2) Привлечение дополнительных финансовых средств; 3) Новые социальные партнеры; 4) Проведение тренингов с предпринимателями по подготовке студентов; 5) Решение проблем предпринимателя путем разработки этих вопросов студентами – предложение конкретных тем к разработке для конференции «Бизнес-образование – качество жизни»;
7	Введение элементов	1) Привлечение абитуриентов, что приведет к до-

	дистанционного образования	полнительным источникам финансовых средств;
8	Создание имитационных моделей для учащихся школ – курс различных профессий	1) Привлечение дополнительных финансовых средств; 2) Привлечение потенциальных абитуриентов;

3.1. Создание базы данных выпускников прошлых лет, ставших успешными предпринимателями:

Состоятельность учебного заведения на рынке образовательных услуг в числе других факторов должна быть подтверждена фактами об успешности выпускников данного учебного заведения. Для этого необходимо знать о своих выпускниках как можно больше информации.

Этапы осуществления данного мероприятия:

1. Следует воспользоваться имеющимися у учебного заведения источниками информации для получения справок о деятельности выпускников прошлых лет. Далее следует создать базу данных, т.е. систематизировать полученную информацию, которую в дальнейшем будет возможно пополнять. Следует собрать следующую информацию:

- ФИО,
- год рождения,
- дату окончания учебного заведения,
- место работы на сегодняшний день и возможные ранее места работы,
- контактные телефоны и адрес местонахождения предприятия,
- фотографию выпускника и потенциального рабочего места.

2. Полученную информацию следует обработать, выделив тех выпускников, которые стали успешными предпринимателями.

3. Следует оформить «Доску почета» на сайте колледжа и в помещении колледжа, для того, чтобы студенты, обучающиеся на сегодняшний момент времени видели на практике результат получения данного образования, а так же абитуриенты и их родители так же могли видеть перспективы получения образования в колледже.

4. Следует наладить деловые контакты с данными выпускниками, чтобы они в перспективе стали социальными партнерами колледжа. В дальнейшем такое деловое партнерство позволит:

- привлекать финансовые средства для оказания материальной помощи колледжу в осуществлении образовательного процесса, что и для предпринимателей станет выгодным вложением средств в результате льгот, полученных от государства и Правительства г.Омска и Омской области;
- обеспечить новые базы практики для студентов колледжа.

3.2. Статистическое исследование спроса и предложения рабочей силы на рынке труда

Совершенно очевидно, что в современных условиях без исследования экономических возможностей рынка труда невозможно ни сформулировать успешную

стратегию развития образовательного учреждения, ни эффективно адаптировать его деятельность к изменяющимся обстоятельствам. Для того, чтобы учебное заведение оставалось конкурентоспособным на рынке образовательных услуг оно должно владеть информацией о состоянии рынка труда на в любой момент времени, для того, чтобы иметь возможность изменить учебные программы и процесс образования в связи с сложившимися тенденциями на рынке труда.

Задача учебного заведения — использовать данные по развитию рынка труда для планирования собственной деятельности, чтобы быть полноправными субъектами регионального развития и готовить специалистов, необходимых в регионе, гибко реагируя на изменения экономической ситуации и потребности в их (специалистов) количестве и компетенциях.

Этапы осуществления мероприятия:

1. Следует получать информацию от Службы Занятости г.Омска и Омской области, а также из различных других информационных источников доступных учебному заведению о наличии объемов спроса и предложения на профессии, соответствующие профилю учебного заведения.

2. Проанализировать полученную информацию и сформулировать выводы и соответствий требований рынка труда и предложений образовательных услуг учебного заведения.

3. Проводить корректировку учебных программ в зависимости от требований рынка труда, а также разрабатывать новые учебные программы в зависимости от сложившихся тенденций на рынке труда.

Тем самым колледж получит возможность привлечения потенциальных потребителей образовательных услуг, что приведет к образованию дополнительных источников получения финансовых средств.

3.3. Статистическое исследование мнения работодателей о трудоустроенных выпускниках колледжа и требований к потенциальным работникам

В соответствии с Положением о профессиональном стандарте трудовая деятельность в рамках любой профессиональной деятельности состоит из комплекса трудовых функций, требующих определенного набора компетенций, позволяющих адекватно осуществлять эту деятельность. Чем сложнее профессиональная деятельность, тем больше взаимосвязанных функций она предполагает. Результат и качество деятельности работника представляют собой сумму результатов и качества выполнения отдельных функций. Именно знание этих функций в том виде, в каком они реально существуют в трудовой деятельности, помогает учебным заведениям совершенствовать программы обучения и обеспечивает то качество подготовки, которое требуется для поддержания конкурентоспособности учебных заведений и создания перспектив трудоустройства выпускников.

Основной смысл анализа потребности в умениях состоит в выяснении понимания предприятием трудовых функции выполняемых работниками и соответственно, знаний и умений которые необходимы для этого работникам. Сопоставление в дальнейшем полученной информации со стандартами профессионального образова-

ния позволяет учебному заведению выявить области умений, которые нужно внести в реализуемые программы обучения.

Задача анализа потребностей в умениях состоит в обеспечении максимального соответствия содержания обучения постоянно меняющемуся спросу рынка труда, а сам анализ является инструментом планирования и совершенствования образовательной деятельности учебного заведения.

Анализ потребностей в умениях способствует:

- улучшению связи учебного заведения с сообществом рынка труда;
- повышению качества подготовки специалистов;
- совершенствованию стратегии развития учебного заведения;
- определению направлений и областей повышения квалификации сотрудников учебного заведения (поскольку новые требования работодателей требуют и новых квалификаций и компетенций педагогических и руководящих работников;
- развитию исследовательских и практико-ориентированных проектов учебных заведений;
- активизации деятельности учебного заведения в области развития программ дополнительного профессионального образования непрерывного обучения для предприятий и граждан.

Требования современного рынка труда подвержены стремительным изменениям, вызванным значительным ускорением экономического и технологического развития в результате развития информационных и наукоемких технологий.

Под влиянием этих факторов происходят изменения во внутренней структуре и методах деятельности предприятий и организации труда на них. Массовое производство уступает дорогу производству, ориентированному на потребителя, где цикл оборота продукции становится очень коротким, что резко повышает требования работодателей к рабочей силе. В этом контексте особую роль приобретает установление и поддержание взаимодействия между учебными заведениями и работодателями, т.е. вовлечение учебных заведений профессионального образования в структуры социального партнерства.

Формы взаимодействия с работодателями:

- разработка содержания профессиональных образовательных программ;
- проведение производственной (профессиональной) практики студентов на предприятиях;
- участие работников предприятия в проведении занятий в учебном заведении;
- трудоустройство выпускников (в том числе в процессе обучения);
- профориентация и консультирование студентов;
- участие работодателей в определении требований к специалистам (выпускникам) и оценке качества подготовки выпускников;
- стажировка преподавателей на предприятиях.

Анализ потребности в умениях представляет собой область пересечения интересов учебных заведений профессионального образования и социальных партнеров на рынке труда. Однако он почти не распространен, поскольку недостаточно разработана процедура его использования в учебных заведениях.

Данные по развитию рынка труда составляют внешний контекст для развития учебного заведения, формируя его стратегию, цели и задачи, задавая векторы развития, одним из которых является анализ потребности в умениях, а механизмы дости-

жения целей и задач учебное заведение должно разрабатывать само, совместно с социальными партнерами.

Анализ потребности в умениях (процедурной точки зрения):

- неотъемлемая и обязательная часть деятельности учебного заведения в рамках его стратегии обеспечения качества;

- исследовательский проект, помогающий учебным заведениям корректировать содержание образовательных программ и требования к достижениям выпускников;

- должен иметь четко сформулированные и понятые всем коллективом учебного заведения цели и задачи, а также разработанный механизм и процедуру осуществления.

Процедура анализа потребности в умениях:

- 1) Получение предварительной информации о региональном рынке труда в определенной профессиональной области.

- 2) Постановка целей и задач исследования.

- 3) Определение инструментов и методов исследования. В качестве базового инструмента используется опрос работодателей в форме анкетирования.

- 4) Обработка полученной информации и интерпретация данных. Необходимыми условиями эффективности исследования являются:

- наличие рабочей группы по проведению исследования;
- отбор и утверждение списка предприятий в качестве объектов исследования на основе предварительно полученной информации;

- адекватно составленные анкеты;

- подготовленные интервьюеры для проведения опроса;

- установление контактов с руководителями предприятий - объектов исследования;

- соблюдение утвержденных процедур исследования;

- сбор информации и ее анализ.

- подготовка отчета с выводами и рекомендациями по корректировке программ обучения.

После принятия решения о проведении анализа потребности в умениях через анкетирование работодателей необходимо создать рабочую группу, включающую в себя представителей руководства учебным заведением, преподавателей профессиональных (специальных) дисциплин, преподавателей общеобразовательных дисциплин, мастеров производственного обучения, социальных партнеров. Численность группы до 7 человек по каждому направлению обучения. Группе следует:

- разработать (или, при отработанной процедуре анкетирования, адаптировать) шаблон анкеты;

- подготовиться к проведению анкетирования (тиражирование анкет, подготовка рабочих мест для компьютерной обработки результатов и пр.);

- провести тренинг с дополнительными интервьюерами, которые не входят в рабочую группу.

Отбор предприятий осуществляется рабочей группой. Рекомендуются:

- проводить опрос на тех предприятиях, где трудоустроены (могут потенциально трудоустроиться) выпускники учебного заведения;

- выбирать предприятия разного масштаба и разных типов, поскольку трудовая деятельность (даже в рамках одной профессиональной деятельности) на разных предприятиях может отличаться по составу трудовых функций;

- отдавать предпочтение предприятиям, конкурентоспособным на рынке труда, исходя из предварительно полученной информации.

Анкеты должны содержать только ту информацию, которая имеет непосредственное значение для совершенствования подготовки специалистов данного учебного заведения, включая:

- общие данные о предприятии (это особенно важно при взаимодействии с новыми работодателями) и данные о лице, с которым проводится интервью;

- общие данные об уровне образования сотрудников;

- перечень трудовых функций специалиста конкретного профиля (специальности) на данном предприятии (в организации);

- степень ориентированности предприятия на использование новых технологий и инноваций и на развитие в целом (включая отношение к обучению и повышению квалификации работников);

- оценку умений, знаний и личностных качеств действующих работников данной специальности;

- требования к знаниям, умениям и личностным качествам специалистов данного профиля (специальности) в привязке к тем трудовым функциям, которые они реально выполняют на данном предприятии.

Для ускорения процедуры опроса рабочая группа образовательного учреждения может предложить респондентам готовый перечень трудовых функций специалиста на предприятии и связанных с ними знаний, умений и личностных качеств.

При наличии и использовании на предприятии профессиональных стандартов или стандартов предприятия, рабочая группа при формулировании требований к знаниям, умениям и личностных качеств специалиста должна руководствоваться именно этими документами.

В ходе опроса респонденты и корреспонденты оценивают и корректируют предложенный перечень, что необходимо для сопряжения требований сфер образования и труда.

При подготовке интервьюеров необходимо уделять особое внимание:

- пониманию целей и задач анкетирования и анализа потребностей в умениях в целом;

- пониманию всех разделов и вопросов анкеты и умению объяснить их смысл респондентам;

- тренингу терпения: не торопиться и фиксировать все сведения, которые представляют опрашиваемые, даже если они выходят за рамки конкретных вопросов анкеты.

Форма подготовки интервьюеров - семинары или тренинги, проводимые членами рабочей группы. При анализе анкеты нужно учитывать всю полученную информацию.

Предварительные действия при установлении контактов с предпринимателями и предприятиями:

1) договоренность (со стороны руководителя учебного заведения или руководителя рабочей группы) с руководством предприятия о времени проведения анкетирования, изложение его целей и задач.

2) подготовка письма на имя руководителя предприятия, которое направляется на предприятие вместе с образцами анкет, просьбой санкционировать опрос соответствующих руководителей и специалистов и сообщить координаты ответственного представителя от предприятия.

Желательно установить непосредственный контакт с руководителем и заполнять анкету, проводя интервью. Но если такая возможность отсутствует, следует разослать анкеты, хотя не стоит ожидать от анкетирования высокой результативности, поскольку наши работодатели, не привыкшие к такому виду деятельности, просто ничего не сделают или сделают все формально.

Соблюдение процедур опроса:

1) Как правило, руководитель предприятия отвечает только на самые общие вопросы (или же сразу направит вас в отдел кадров), остальную информацию следует получить у соответствующих сотрудников (руководителей).

2) Относительно функций, выполняемых конкретными работниками, требований к их знаниям, умениям и личностным качествам, необходимым для выполнения данных функций, следует опрашивать сотрудников разных уровней:

- руководителя подразделения, являющегося непосредственным руководителем (начальником) специалистов целевой специальности;
- самих работников, ежедневно выполняющих конкретные функции, используя при этом определенные знания и умения.

Таким образом, опрос проводится среди руководителей предприятия и/или начальников кадровой служб, руководителей подразделений, самих работников.

3) При проведении анкетирования необходимо фиксировать всю получаемую информацию, а не только ответы на конкретные вопросы анкет.

Сбор и анализ информации:

По завершении опроса следует обобщить и проанализировать полученную информацию по каждому разделу и вопросу анкеты, после чего эта информация должна быть соотнесена с конкретными интересами учебного заведения. Например, почему для учебного заведения важна ориентированность предприятия на развитие (по всем параметрам, включая требования к образованию и повышению квалификации сотрудников, техническую модернизацию и т.д.)? Если предприятие не обращает должного внимания на вопросы развития, то вряд ли следует направлять туда своих студентов на практику или трудоустраивать их на это предприятие, поскольку этим вы косвенно нарушите их право на дальнейшую успешную профессиональную самореализацию.

При обобщении результатов опроса относительно знаний, умений и личностных качеств необходимо в комплексе проанализировать следующую информацию: оценку действующих специалистов по предложенным параметрам, требования руководителя подразделения и мнение специалистов, работающих по этой специальности. «Наложение» полученных данных позволит вам выявить значимую информацию и обеспечит ее объективность.

После этого надо сравнить данные, собранные при анкетировании различных предприятий (по форме собственности, объему деятельности), и попытаться выявить закономерности, касающиеся диверсификации требований.

Подготовка отчета:

Результаты анализа полученной информации оформляются в виде отчета. По каждому разделу отчета делаются выводы, и отчет завершается рекомендациями по внесению изменений в учебные программы и планы или разработке новых программ и их содержанию (отдельный раздел программы). Например, возможны коррективы реализуемых программ в части:

- формируемых в их рамках умений, дополнения курсов новыми разделами, введения новых учебных дисциплин;
- усиления практического компонента обучения;
- совершенствования коммуникативных умений;
- повышения чувства ответственности за качество выполняемой работы;
- развития умений работать в команде.

Наиболее распространены среди респондентов требования к наличию у специалистов таких качеств и умений, как:

- обучаемость;
- умение осуществлять поиск и интерпретацию информации;
- владение информационными технологиями;
- коммуникативные умения, включая иноязычную коммуникацию;
- адаптивность;
- гибкость;
- толерантность;
- умение самопрезентации;
- соблюдение техники безопасности.

Имеется различие в требованиях к объему трудовых функций, знаний, умений и качеств специалистов на малых, средних и крупных предприятиях: на малых и средних предприятиях функции специалистов укрупняются (интегрируются), в то время как на крупных предприятиях наблюдается их растущая специализация. Одновременно малые и средние предприятия придают больше значения личностным качествам специалистов, чем крупные.

В ряде случаев одни и те же умения выпускников оцениваются диаметрально противоположно. Например, на крупных предприятиях уровень общих умений выпускников одного и того же учебного заведения может оцениваться ниже среднего, а на малых и средних предприятиях выше среднего.

Такие противоречия также требуют осмысления - дело в том, что для расширения возможности трудоустройства выпускников базовые программы профессионального образования должны ориентировать студентов на работу в предприятиях разных масштабов (крупных, средних, малых), в то время как программы непрерывного образования целесообразно фокусировать на конкретном заказе предприятия.

Особо важным является раздел анкет, посвященный анализу функций специалистов, поскольку он позволяет спроецировать полученную информацию на содержание обучения. В конечном счете, это дает возможность устранить разрыв между потребностями в умениях и их предложением.

Одновременно при проведении анализа потребностей в умениях выявляется необходимость в новых специальностях обучения, что также важно для усиления позиции учебного заведения на рынке образовательных услуг.

Ценность анализа потребности в умениях состоит еще и в том, что в процессе этой деятельности происходит реальное взаимодействие учебного заведения с социальными партнерами, что способствует развитию социального диалога, повышению мотивации работодателей к взаимодействию с учебными заведениями, поскольку они получают возможность реально влиять на качество подготовки специалистов, а учебное заведение будет иметь возможность получить дополнительный источник финансовых средств, т.к. будет иметь возможность работать на заказ для работодателя.

3.4. Статистическое исследование студентов колледжа на наличие предпринимательских способностей для дальнейшего развития

Исходя из складывающихся на сегодняшний день рыночных отношений, исследовательский интерес сосредоточен на дальнейших жизненных стратегиях сегодняшних студентов, связанных или не связанных с предпринимательской деятельностью; изучению мотивов стремления к открытию собственного дела и причины, отвращающие от выбора подобного развития карьеры, а также влияние на такой выбор оценок объема человеческого капитала, полученного в рамках учебного заведения.

Объектом данного исследования будут являться студенты, обучающиеся в БОУ ОО СПО ТЭК.

Предметом данного исследования являются мотивация и установки студентов колледжа в отношении предпринимательской деятельности, а также оценка студентами наличия у них человеческого, социального и экономического капиталов, необходимых для занятия предпринимательством, и помощи вузов в их приобретении и выявление у студентов наличия предпринимательских способностей для дальнейшего их развития.

Основной целью исследования является анализ того места, которое занимает предпринимательская деятельность в жизненных стратегиях студентов колледжа. Для достижения поставленной цели предполагается решить следующий круг задач:

1. Выявить группу потенциальных предпринимателей (по стремлению к занятию предпринимательством после окончания колледжа (сразу или через какое-то время или реальному занятию им в процессе обучения) среди студентов и рассмотреть их отличия от группы потенциальных наемных работников.

2. Выявить основные группы мотивов стремления к предпринимательской деятельности (мотивационные стимулы) и группы факторов, обуславливающие нежелание заниматься предпринимательством (мотивационные барьеры), студентов колледжа.

3. Построить типологию потенциальных предпринимателей среди студентов колледжа по мотивам стремления к занятию предпринимательством и оценкам своих бизнес – возможностей.

4. Рассмотреть самооценку студентами своих возможностей занятия предпринимательством, а именно: оценку наличия у них необходимого для занятия

предпринимательством объема человеческого капитала (знаний, навыков и умений, представлений о том, как организовать собственное дело), социального капитала (связей, сетей знакомств) и экономического капитала (или возможностей его мобилизации).

5. Исследовать оценку студентами тех возможностей и компетенций для занятия предпринимательством, которые предоставляют им учебные заведения, а именно: степени соответствия навыков, знаний и умений, полученных в ходе обучения, тем знаниям и навыкам, которые представляются им необходимыми для предпринимательства; а также некоторых институциональных характеристик колледжа, способных стимулировать и поддерживать предпринимательскую деятельность студентов (информационная, организационная, финансовая помощь).

6. Выявить наличие или отсутствие дальнейших стратегий студентов по получению дополнительных знаний и навыков (в рамках учебных заведения или вне их) для занятия предпринимательской деятельностью.

7. Оценить уровень представлений о шансах и рисках, а также степень проработанности выбора предпринимательской деятельности как дальнейшей жизненной стратегии среди студентов (наличие четкого представления о том, как организовать свое дело, наличие инновационной идеи и т.д.).

8. Разработать рекомендации для социальной политики, касающиеся стимулирования предпринимательской деятельности студенческой молодежи, а также рекомендации администрации колледжа по оптимизации учебных программ и институциональной среды, нацеленных на формирование предпринимательских навыков и развитие предпринимательских инициатив студентов.

Решение поставленных задач предполагает проведение специального эмпирического исследования, которое будет осуществлено в четыре этапа.

1. Контент-анализ эссе студентов на тему «Почему я хочу/не хочу открывать собственное дело» для получения первичной информации о причинах желания/нежелания заниматься предпринимательством. Формирование текста неформализованного интервью на базе контент-анализа.

2. Неформализованное интервью со студентами для получения первичной информации о жизненных стратегиях, связанных или не связанных с предпринимательской деятельностью. Построение полуструктурированной анкеты на базе интервью.

3. Количественный опрос студентов путем полуструктурированного анкетирования.

4. Экспертный опрос (методом полустандартизированного интервью) исследователей проблем малого предпринимательства и студенческой занятости в России для проверки интерпретации полученных в ходе исследования выводов.

3.5.Создание «Бизнес-Клуба» для формирования банка данных и разработки бизнес-планов для Бизнес Инкубатора

В настоящее время по инициативе Комитета по делам молодежи Советского административного округа планируется организовать первый в Омске Молодежный Бизнес Инкубатор.

Сущность Молодежного Бизнес Инкубатора заключается в концентрации и адресном предоставлении финансовой, правовой, консалтинговой помощи молодым

начинающим предпринимателям малого и среднего бизнеса Омска, которые хотят, но не могут самостоятельно начать собственное дело, и проекты, которых соответствуют установленным приоритетам развития экономики региона. Именно эта организационная форма позволяет объединить усилия и возможности различных заинтересованных сторон: учебных организаций, государственных и коммерческих структур, некоммерческих организаций и энтузиастов, что способствует быстрому становлению малого бизнеса.

Проектируемый в Омске Бизнес Инкубатор будет по существу организационным, ориентированным на поиск, отбор и адаптацию к местным условиям эффективных форм и методов малого бизнеса с последующим их тиражированием. Это позволит не только более полно использовать возможности быстрого развертывания сетей малых предприятий, но и эффективно участвовать в социально-экономических программах в регионе.

Задачи создания в колледже «Бизнес-Клуба» следующие:

- организация конкурсного отбора предпринимателей с бизнес-идеями для зачисления в Бизнес Инкубатор;
- обучение и консультирование принятых в Бизнес Инкубатор, оказание помощи в разработке бизнес-планов для реализации бизнес-идей;
- участие в разработке учредительных документов и помощь в регистрации предприятий клиентов Бизнес Инкубатора;
- участие в подборе и обучении кадров для инкубируемых предприятий;
- контроль за хозяйственной деятельностью предприятий и выработка стратегии помощи нуждающимся в ней;
- рекламная деятельность Бизнес Инкубатором по пропаганде идей молодежного предпринимательства в Омске;
- организация постоянно функционирующих связей с общественностью;
- другая помощь молодым людям в открытии и развитии своего дела.

Участниками и потребителями услуг «Бизнес-Клуба» могут быть любые желающие открыть свой бизнес, а так же студенты, прошедшие отбор на наличие предпринимательских способностей.

Участие образовательного учреждения в Бизнес Инкубаторе предоставляет уникальную возможность стать создателем и участником структуры развивающей молодежное предпринимательство в нашем регионе. «Бизнес-Клуб» будет для вас полигоном, на котором можно будет проверять и нарабатывать научные (учебные) разработки (программы), проверять эффективность обучающих программ. В рамках «Бизнес-Клуба» возможно внедрение различных проектов в области обучения по специальностям, появится возможность реализации технических и других перспективных разработок учебного заведения. Студенты получают возможность трудоустройства на предприятиях, которые созданы при поддержке «Бизнес-Клуба».

Таким образом, БОУ ОО СПО ТЭК получит имидж учебного заведения, которое способно предоставить своим студентам не только прекрасные теоретические знания. В результате реализации проекта БОУ ОО СПО ТЭК приобретет образ заведения, которое заинтересовано в развитии предпринимательства и региона.

В результате организации «Бизнес-Клуба» ТЭК получит возможность привлечения дополнительных источников получения финансовых средств за счет оказания услуг и выполнения объема работ.

3.6. Открытие консультационного пункта

Консультирование – это комплекс технологий, позволяющих выявить организационную проблему в деталях и решить ее эффективным способом.

Организация консультационного пункта при учебном заведении включает в себя широкий спектр услуг. Когда возникает необходимость в привлечении консультантов для предпринимателей? И вот ответ на вопрос:

- √ в случае ухудшения состояния предприятия и условий, в которых оно действует,
- √ в случае планируемых менеджментом предприятия изменений в компании,
- √ с целью выведения бизнеса на новый более высокий уровень,
- √ в случае необходимости создать новый бизнес.

В этих случаях работа консультантов становится необходимой. На дворе — второе десятилетие российского капитализма, и на данный момент сам факт существования консультантов, уже не вызывает изумления у предпринимателей. Следовательно, помощь специалиста, умеющего собирать, анализировать и перерабатывать эту информацию таким образом, чтобы организация функционировала в соответствии с законами своего развития, предпринимателю нужна.

Основные плюсы организации консультационного пункта:

➤ Первый «плюс»: неангажированность. Внешний консультант не является «чьим-то» человеком, вследствие чего снижается риск искажения ценной информации. Его задача найти проблемы в организации и, проанализировав их совместно с руководителем и управленческой командой, предложить пути их решения. Значит, сокрытие данных по причинам как корыстного, так и случайного характера, резко снижается.

➤ Второй «плюс»: свежий взгляд на ситуацию. Человек обладает замечательным умением приспосабливаться к окружающей среде. Поэтому, даже после двух-трех месяцев работы в компании сотрудник настолько привыкает ко всем местным особенностям, что попросту перестает их замечать. Такие «мелочи», как долгое ожидание пропуска на КПП, чтобы войти на территорию фирмы, получасовое опоздание и явная неподготовленность «топов» к совещанию, жалобы сотрудников на частые сбои в новой программе электронного документооборота — суть важные симптомы, которые до руководителя обычно не доходят совсем или доходят, но быстро им забываются. Внешний консультант сразу же обращает внимание на подобные вещи. Кстати, есть даже такой вид диагностики в управленческом консультировании: метод «слабых сигналов», и по количеству и качеству сигналов можно многое сказать о компании.

➤ Третий «плюс»: обширная база для сравнения. Бизнес в России крайне неоднороден, специальное образование в области менеджмента имеется не у всех руководителей, а оперативная деятельность занимает такое количество времени, что возможностей для сравнения своей компании с другими не так-то много. Внешний консультант, сотрудничая с самыми разными организациями и в самых разных областях бизнеса, первым улавливает новые тенденции и больше знает об опыте внедрения тех или иных новшеств и опасностях, с ними связанных. Можно сказать, что взгляд внешнего консультанта более стереоскопичен. И потому решение, которое на первый взгляд кажется устраняющим все трудности, после обсуждения его с внеш-

ним консультантом — а тот уже сталкивался с аналогичным подходом в другой компании — выглядит не настолько бесспорным.

➤ Четвертый «плюс»: забота внешнего консультанта о своей профессиональной репутации. Профессиональных консультантов по предпринимательской деятельности пока мало, и информация о недостаточно корректном или вдумчивом подходе расходуется моментально. И это еще одна гарантия конфиденциальности, заботы об имидже Клиента. Кто-кто, а внешний консультант знает цену случайной обмолвке, неподходящему выражению лица или жесту, недостаточно обдуманному совету. Сколько корпоративных секретов становится достоянием гласности только потому, что человек, их выдавший, даже не знал, что так делать нельзя. Сколько поспешных рекомендаций, будучи выполнены руководителем, привели к эффекту, совершенно противоположному, нежели тот, который предполагался — из-за того, что советчик знал, что ничем не рискует, «меня спросили — я ответил». Внешнего консультанта в подобном случае сдерживает понимание: в случае неудачи рискует не только руководитель, последовавший его совету.

➤ Пятый, самый главный «плюс»: профессионализм. Законы управления проявляются не столь явно и наглядно, как законы физики. Но это не означает, что их нет. Внешний консультант — тот, кто знает, как работают эти законы, чем грозит организации их несоблюдение, и как можно выправить ситуацию, если появились те или иные проблемы.

Основные мероприятия, предлагаемые консультационным пунктом, реализация которых направлена на повышение эффективности бизнеса клиентов:

- Диагностика систем управления
- Реорганизация систем управления
- Планирование финансового оздоровления бизнеса
- Проектирование новых бизнесов
- Стратегическое и организационное развитие
- Системы управления
- Системы планирования и бюджетирования
- Система показателей деятельности
- Организационное проектирование
- Управленческий учет.

Организованный в учебном заведении консультационный пункт по ведению предпринимательской деятельности (бизнеса) также даст возможность студентам, обучающимся в колледже принять участие в решении проблем, возникающей при ведении реальной предпринимательской деятельности, так как возникающие вопросы у предпринимателей можно использовать в виде тем для исследования и разработки на конференцию «Бизнес – образование – качество жизни» и дальнейшего их внедрения на конкретном примере.

Организация консультационного пункта даст возможность привлечения дополнительных финансовых средств для учебного заведения, получаемых за оказание услуг и выполнение определенного объема работ.

Рекомендуется организовать консультационный пункт после составления базы данных выпускников и налаживания с ними деловых связей (как потенциальных потребителей услуг консультационного пункта) и начала работы «Бизнес-Клуба».

3.7. Введение элементов дистанционного образования

Обучение не может проходить только в учебных заведениях, поскольку доступ к ним часто ограничен. Расширение доступа является приоритетной задачей в рамках формального обучения, решить которую можно, например, посредством предоставления возможностей обучения нетрадиционным группам обучающихся. Формальное образование может способствовать расширению возможностей обучения граждан путем установления связей и взаимодействия с местными властями, профсоюзами, работодателями и местным сообществом.

Значительная роль отводится открытому и дистанционному образованию, в частности с использованием ИКТ (электронное обучение), поскольку эти формы обучения позволяют обучаться, не посещая учебное заведение. ИКТ дают возможность обучаться на дому, на рабочем месте, в местной библиотеке или в каком-либо местном центре.

Обучение может быть также встроено в трудовую деятельность, что обуславливает большую роль социальных партнеров в создании «обучающихся» организаций. При развитии этих инициатив следует учитывать потребности малых и средних предприятий, поскольку они обычно предоставляют наибольшее количество рабочих мест и могут стать источником изменений и инноваций.

Этапы проведения мероприятия:

1. Провести рекламную кампанию по привлечению потенциальных абитуриентов для обучения на заочном отделении в г. Омске и районах Омской области, указав в рекламе о новом виде обучения в колледже – возможности дистанционного обучения.

2. Подготовить и разработать учебные программы по дистанционному обучению по определенным учебным планам специальностям.

3. Внедрить новую форму обучения – дистанционное для апробации в текущем учебном году.

4. В конце года провести анализ – оценить положительные и отрицательные стороны дистанционного обучения.

Внедрение дистанционного обучения позволит пополнить сумму внебюджетных средств колледжа за счет увеличения количества обучающихся студентов по данной форме обучения.

3.8. Создание имитационных моделей для учащихся школ – курс различных профессий

Стратегическим направлением развития старшей ступени образования является создание таких психолого-педагогических условий, при которых у каждого ученика создается установка, выражаемая в словах: «Я выбираю свой жизненный путь и хочу учиться дальше». Идея осознанного и компетентного выбора учеником варианта предпрофильной подготовки и профильного обучения является для нас чрезвычайно значимой по ряду причин:

– учебное заведение исходит из того, что одним из важнейших результатов образования колледжа должна стать способность и готовность ученика (выпускника) к принятию ответственных жизненно важных решений;

– учебное заведение убеждено, что обеспечить успешность выпускников в жизни и профессии мы можем, научив их активному взаимодействию с другими, толерантности, способности вести диалог;

– учебное заведение считает, что современный колледж должен научить ученика объективно оценивать себя в развивающемся мире в сочетании с постоянным поиском возможностей самореализации.

Концепция предпрофильной и профильной подготовки в образовательном комплексе строится в логике компетентностного подхода как одной из основных идей процесса модернизаций современного общего образования. Компетентность, то есть способность и готовность человека решать жизненно значимые задачи может проявляться на трех уровнях: ключевом, базовом и профессиональном. Именно старшая школа «отвечает» за второй уровень, то есть за то, что взрослеющий человек имеет достаточные основания (интеллектуальные, психологические, нравственные) для того, чтобы миновать кризисы и ошибки в процессе жизненного самоопределения. В свою очередь, базовая компетентность складывается из сочетания трех аспектов: коммуникативного (способность решать задачи в области коммуникации, в том числе с использованием иностранного языка), информационно-технологического (способность решать задачи, связанные с получением, переработкой информации, а также предполагающие создание и использование технологий в различных областях деятельности), социально-правового (способность решать любые задачи в рамках принятых социально-правовых норм).

В этой связи главным для учебного заведения становится вопрос не о количестве профилей и не об их формальном содержательном наполнении, а о том, каким образом тот или иной профиль обеспечивает достижение учеником необходимого уровня базовой компетентности и способствует осуществлению учеником успешного выбора дальнейшего образовательного и профессионального пути.

Следует в дальнейшем реализовать учебным заведением концепции профильной школы, которая включает в себя четыре основные модели получения учеником опыта реализации знаний, умений и навыков в жизненно значимом контексте, то есть опыта решения задач.

1. Модель «Выбор». Она предполагает предоставление учащемуся как участнику образовательной деятельности пространства для самоопределения, принятия решений, промежуточного и итогового выбора на том или ином образовательном маршруте. Наиболее эффективно такая модель может быть реализована в рамках ориентационных (предпрофильных) программ, цель которых — дать ученику возможность попробовать свои силы, интересы, притязания в рамках той широкой области человеческой деятельности, на которую ориентирует его педагог. Ключевыми понятиями этой модели являются для нас такие понятия, как «самоопределение», «поиск», «диалог».

2. Модель «Игра». Основная идея данной модели также выражена в названии. Известно, что игровое поведение человека есть не что иное, как свободная проекция его жизненного поведения в особых (игровых) условиях. Поддерживая те или иные поведенческие сценарии у учащегося, мы можем способствовать тому, чтобы процесс «ценностного переноса» из условной (игровой) среды в реальную (жизненную) происходил наиболее эффективно и естественно. Она предоставляет широчайшие возможности для конструирования форм и методов взаимодействия взрослых и де-

тей в совместном образовательном пространстве. «Ролевая позиция», «Эмоционально-привлекательный контекст», «Заинтересованное взаимодействие» - вот ключевые понятия этой модели.

3. Модель «Живое право». Название этой модели заимствовано нами из одноименного образовательного проекта, нацеленного на воспитание правового сознания обучающихся. По мнению его авторов, приобретение гражданской позиции и развитие правового самосознания у молодого человека возможно лишь в том случае, если соответствующие мировоззренческие категории напрямую связаны с поведением, то есть с опытом решения реальных жизненно значимых задач. Организовать этот процесс возможно педагогическими средствами, обращаясь к жизненному контексту (ситуациям, проблемам противоречиям) конкретного ребенка и молодого поколения в целом. В этом смысле (т.е. в зависимости от того, насколько успешной оказывается практика включения ребенка в поиск приемлемых решений и форм поведения) создаваемые объединения детей и взрослых (клубы, сообщества, творческие группы и т.п.) могут либо существенно развить, либо затормозить, формализовать процесс вхождения молодежи в пространство норм правового поведения и гражданского самосознания. К ключевым понятиям этой модели относятся: «осознаваемый опыт», «информационная поддержка», «компетентный выбор поведения».

4. Модель «Среда». Реализация этой модели предполагает не столько реализацию конкретных методов или содержательных линий образования, сколько создание особого климата взаимоотношений, который способствовал бы наиболее полному и комфортному проживанию происходящих в сообществе (коллективе) событий. Именно особый (доверительный, оптимистичный, игровой, яркий и т.п.) характер взаимоотношений между всеми участниками образовательной деятельности будет способствовать наиболее полному раскрытию личности каждого из них с тем, чтобы заинтересованно и успешно строить свои взаимоотношения с самим собой и с другими. Такие понятия, как «разделение ценности», «сопровождение», «поддержка», «(рефлексия)», являются для этой модели ключевыми.

Отметим, что ни одна из этих моделей не является строго самостоятельной и может быть наиболее успешно реализована лишь как приоритетная в сочетании с остальными тремя, поскольку каждая из них ориентирована на различные аспекты взаимодействия педагогов и взрослых, объединение которых и составляет целостный образовательный процесс.

В целом формирование групп учащихся школ г.Омска по какой-либо из предложенных моделей и работа с ними в течении всего учебного года приведет к получению дополнительных финансовых средств, так как предложенные модели могут заинтересовать родителей учащихся для формирования мнения о необходимости овладения будущей профессией и получения необходимых сведений о данной профессии.

Заключение

Тенденция интеграции образования, науки и бизнеса является одной из основополагающих тенденций построения предпринимательской деятельности учебного заведения. Так как это позволит:

- оказывать помощь и отстаивать интересы молодых представителей бизнес-сообщества;
- принимать активное участие в построении эффективной региональной экономики;
- принимать участие в формировании прослойки молодых бизнес-предпринимателей, способных генерировать инновационные идеи и профессионально их реализовывать в меняющихся общественно-экономических условиях;
- принимать участие в популяризации идеи молодежного предпринимательства.

В условиях повышения востребованности специалистов со средним профессиональным образованием, повышения требований к качеству их подготовки одним из условий развития среднего профессионального образования является взаимодействие с социальными партнерами в целях повышения адекватности результатов деятельности образовательной системы потребностям сферы труда, приближения подготовки специалистов к требованиям отраслей экономики и конкретных работодателей, укрепления связи обучения студентов с производством, привлечения дополнительных источников для развития материально-технической базы средних специальных учебных заведений.

Библиографический список

1. Ассоциация молодых предпринимателей России.-Пресс-Релиз «О создании Омского регионального отделения Межрегиональной общественной организации «Ассоциация молодых предпринимателей России».
2. Болдырев Ю.Н. Комментарии к Закону о малом и среднем бизнесе. Принципы, формы и виды поддержки малого и среднего бизнеса.//Справочник руководителя торгового предприятия.-2007.№12.-с.72.
3. Батрова О.Ф. Модульно-компетентностный подход как основа построения содержания профессионального образования.
4. Бернадский Ю.И. Роль общественных бизнес-объединений в консолидации предпринимательства России. Опыт взаимодействия и перспективы.
5. Гребнев Л. Образование: услуга или жизнь? //Вопросы экономики. - 2005. - № 3. - с. 24.
6. Закон Российской Федерации "Об образовании".
7. Зуйкова Г.Д. О совместной деятельности образовательных учреждений региона по экономической и предпринимательской подготовки молодежи.//Образование Омской области.-2005.-№3.-с.21.
8. Концепция развития потребительского рынка товаров и услуг г.Омска на период до 2010 года.
9. Лобов В.Г. Предпринимательская деятельность высшего учебного заведения.-М.:ООО «Маркет ДС Корпорейшен», 2005.-104с.
- 10.Пряшников О.Д. Европейская структура квалификаций: деятельность в рамках Болонского процесса.
- 11.Постановление Правительства Омской области от 26.09.2007г. № 139-п «О мерах государственной поддержки субъектов малого предпринимательства в Омской области».
- 12.Стратегия социально-экономического развития Омской области до 2020 года.
- 13.Типовое положение об образовательном учреждении среднего профессионального образования (среднем специальном учебном заведении), утвержденным Постановлением Правительства РФ от 03.03.2001г. № 160.
- 14.Тамбовцев В. Реформы российского образования и экономическая теория //Вопросы экономики. - 2005. - № 3. - с.13.
- 15.Чепуренко А.Ю. Предпринимательство как выбор жизненной стратегии.
- 16.Цатурян Э.О. Предпринимательская деятельность образовательного учреждения высшего профессионального образования.
- 17.Щетинин В.П., Рябушкин Б.С. Экономика и социология образования: Учебное пособие. Перераб. и доп. - М.: Издательство МПУ, 2002. - с.7.