



Последние несколько лет в высшем образовании активно формируется новая модель университетов – бизнес-университеты. Это учебные заведения, гармонично погруженные в рыночные отношения: они имеют значительный процент платных студентов, «продавая» им знания; по заказам коммерческих корпораций выполняют заказы, получая за это деньги. Современный кризис обнажил все недостатки этой модели, потому что образование – это не бизнес и не способ зарабатывать деньги.

В МГУ им. Ломоносова прошел круглый стол «Стратегия развития высшей школы в новых социально-экономических условиях: лидерство, результативность, стабильность». В нем приняли участие более тысячи ректоров государственных высших учебных заведений и около ста ректоров негосударственных институтов, а также депутаты Государственной думы, члены правительства.

– Сейчас мы живем в период кризиса. И в ходе круглого стола постараемся выработать ряд мер, связанных со стабилизацией и в обществе, и в образовании, – сказал, открывая совещание, председатель Совета ректоров российских вузов Виктор Садовничий.

– Я сторонник теории, что как раз в стабильные времена менять траекторию движения, в том числе и в образовании, труднее, чем во времена кризисные. Потому что кризис – это особая точка. Ее иногда специалисты называют точкой бифуркации. Если правильно вести управление, то в кризис легче выйти на хорошие результаты развития, чем в стабильной ситуации пробовать что-то изменить. Нет ничего более правильного, чем в моменты кризиса, когда растет безработица, когда возникает вопрос трудоустройства, давать ребятам знания. Причем только хорошие, качественные знания, те, которые будут необходимы обществу.

Участники круглого стола пришли к мнению, что для того, чтобы система высшего образования могла с наименьшими потерями существовать в период кризиса, а затем из него выходить, необходимо предпринять несколько кардинальных шагов: расширить количество мест в магистратуре и в аспирантуре, наладить систему перехода студентов-платников с коммерческих отделений на бюджетные – благо такие возможности практически у всех вузов есть. Правда, в данном случае такая

система перевода может действовать только в отношении студентов-отличников.

Еще один путь преодоления кризиса – это открытие в вузах курсов переподготовки специалистов. В Министерстве науки и образования РФ уже разработаны такие программы.

Переподготовка должна проводиться на базе высших учебных заведений как для тех, кто уже несколько лет назад получил диплом и не может в настоящий момент найти работу по специальности, так и для тех, кто в ближайшие два-три года должен окончить институт. И находится под угрозой безработицы.

– Я считаю, что в рамках системы переподготовки молодые люди вместе с пособием по безработице должны получать образовательный сертификат. Тогда центр по трудоустройству поможет им найти работу по новой специальности, – подчеркнул Виктор Садовничий.

Приведем мнение Ричарда Чарльза Николаса Брэнсона – британского предпринимателя, основателя корпорации Virgin Group, которая включает в себя более 360 компаний, в том числе, такие как Virgin Atlantic, Virgin America, Virgin Mobile и Virgin Active: «Если вы создаете свой бизнес и хотите превзойти конкурентов, не думали ли вы вместе с командой поработать волонтерами, чтобы помочь местным школам? Из моих уст подобный призыв может прозвучать странно, поскольку я в 16 лет оставил школу, чтобы открыть свое первое дело. Но как я уже писал, самое важное при создании успешной компании – налаживание связей с местным сообществом, и помощь образованию – отличный способ одновременно делать добро и делать бизнес.

Тем не менее, это не простой проект. Обязательно нужно, чтобы предлагаемая программа была основана на миссии вашей компании и согласовывалась с каждодневными целями и задачами вашего персонала.

Если вы не определились, какие цели, кроме получения прибыли, стоят перед вашим бизнесом, самое время пересмотреть подход. У тех компаний, что выживают и процветают в долгосрочной перспективе, контакты с клиентами выходят далеко за рамки товарно-денежных отношений. Успешный бизнес пускает корни в тех местах, где решаются проблемы и становится лучше жизнь людей. Понимание своей миссии помогает фирмам держать в уме всю картину целиком.

Поддержка развития местных или международных образовательных проектов помогает определиться, чего ваша компания намерена достичь в долгосрочной

перспективе. Я размышлял об этом на днях, когда в Лондоне смотрел, как моя дочь Холли ведет британский WeDay, отмечая достижения 12 тысяч школьников. Все они были приглашены на праздник благодаря своей волонтерской работе.

Мероприятие было организовано фондом Free the Children, основанным в 1995 году Крейгом Килбургером. Он убедил 11 школьных друзей присоединиться к его крестовому походу против использования детского труда. Крейга вдохновила история пакистанского мальчика Икбала, который сбежал с фабрики ковров, где его держали в неволе, и привлек внимание всего мира своими выступлениями в защиту прав детей. Из-за своей деятельности Икбал был убит.

Достаточно было простого звонка Крейга с призывом присоединиться, чтобы мы свистали наверх всю команду. «Свободу детям от нищеты. Свободу детям от эксплуатации. Свободу детям от представлений, что они не в силах что-то изменить!»

Наша авиакомпания Virgin Atlantic стала партнером организации Free the Children в 2009 году, что помогло нам в наших усилиях по улучшению жизни в тех странах, куда мы летаем. Мы использовали базы данных компании, чтобы связаться с британскими школами и побудить детей принять участие в движении.

Благотворительные мероприятия обеспечили финансированием проекты Free the Children в Индии, Гане и Кении. Они направлены на улучшение снабжения питьевой водой, строительство новых школ и стимулирование молодежи хорошо питаться, заниматься спортом и усердно учиться.

В данном случае вклад Virgin заключался в привлечении финансирования и внимания к проекту, что подразумевало разнообразные усилия нашей команды, от участия в благотворительных заплывах до сбора средств во время полета. Некоторые члены команды в качестве вознаграждения смогли сами поехать и увидеть, как меняется к лучшему жизнь детей в деревнях, и это сплотило наших сотрудников.

В Южной Африке непосредственное участие в проекте принимала наша спортивная сеть Virgin Active. Она работала с тремя школами в беднейших пригородах Кейптауна, которым предоставила тренажеры для спортивных залов, обучила пользоваться ими и постоянно помогает организовывать спортивные программы для школьников.

Проект напрямую связан с главной миссией Virgin Active – улучшением здоровья людей, так что сотрудники спортклубов с легкостью включили его в ежедневную

работу. Менеджеры заметили отдачу, когда смогли поручить восходящим звездам своих клубов интересные задачи, выходящие за стандартные рамки ответственности. Кроме того, они привлекли талантливых людей из руководства школ и одного выпускника, который уже учится на инструктора по фитнесу.

Схожие проекты финансируются нашим банком Virgin Money, который помогает школам в преподавании основ предпринимательской деятельности. Банк организует два конкурса – Fiver, который длится месяц, и Make x5 Grow, который проводится в течение года. Сотрудники Virgin Money приходят в школы и помогают в проведении программ, что рождает потрясающее чувство единения и укрепляет контакты с местным сообществом. Банк одалживает школам деньги на каждого ученика, на которые он пытается начать свое дело. В конце месяца дети возвращают деньги, а школа получает прибыль.»

Это всего несколько примеров креативных способов взаимодействия со школами. В каждом случае подход должен быть индивидуальным в зависимости от целей конкретной компании и способностей ее сотрудников. Самое важное – это межличностные отношения. Во время работы с вашими сотрудниками к людям приходит понимание, что они могут доверять вашей компании.