

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УНИВЕРСИТЕТА С БИЗНЕС-СООБЩЕСТВОМ В КОМПЕТЕНТНОСТНОЙ ПАРАДИГМЕ

Л.А. Осьмук, М.Е. Цой
Новосибирский государственный
технический университет
osmuk@mail.ru, tsoy@mail.ru

Статья посвящена проблеме организации работы университета с работодателями в рамках компетентностной модели подготовки специалистов и основана на анализе результатов социологического исследования, проведенного в Новосибирском государственном техническом университете.

Ключевые слова: компетентностный подход, компетенции, компетентностная модель, отдел маркетинга, высшее учебное заведение, бизнес-сообщество, рынок труда.

Российское бизнес-сообщество периодически обсуждает тему человеческого фактора, что связано как с проблемой эффективности производства, так и с желанием соответствовать требованиям цивилизованного общества. Сегодня популярность данной темы определяется осознанием работодателями своих требований к специалистам и попытками сформулировать эти требования вузам. Основной категорией для обозначения данных требований выступают профессиональные компетенции. Именно в рамках компетентностного дискурса должен сформироваться диалог между образованием и бизнес-сообществом. В целях развития диалога необходимо сформировать структуры и механизмы взаимодействия. Для традиционной образовательной системы таким механизмом выступало распределение специалистов, а структурное подразделение, занимающееся распределением, существовало при ректорате. В настоящее время система взаимодействия с работодателями по поводу трудоустройства выпускников практически отсутствует. Данные функции берут на себя непосредственные субъекты подготовки специалистов – кафедры и

деканаты, частично проблемами занимается отдел/или служба маркетинга университета. За годы социально-политического кризиса, разрушившего систему распределения выпускников, бизнес-сообщество привыкло работать напрямую с кафедрами и деканатами, в результате многие возможности оказались упущенными и стало понятным, что страдает управление процессами профессионального становления будущих специалистов. Чтобы объединить усилия кафедр, деканатов и отдела/службы маркетинга, необходимо разработать систему взаимного информирования и взаимодействия с бизнес-сообществом. Только такой механизм может быть адекватным современному кадровому рынку и неопределенной ситуации в экономике.

Успешное существование вуза на образовательном рынке и точное позиционирование специалистов будущим рабочим местам требует от университетов анализа кадрового рынка и интересов работодателей. При этом должны учитываться тенденции развития и рынка, и образовательной системы. Маркетинговые исследования потребностей бизнес-сообщества и рынка труда

позволяют сориентироваться в корректировке образовательных программ и индивидуальных траекторий студентов. Анализ результатов данных маркетинговых исследований дает возможность понять, как и в какой форме можно выстроить систему взаимодействий с бизнес-сообществом. В качестве примера рассмотрим опыт проведения аналогичных исследований отделом маркетинга Новосибирского государственного технического университета. Исследование проводилось методом формализованного экспертного интервью в январе 2009 года. В качестве экспертов выступали руководители высшего и среднего звена крупных новосибирских бизнес-организаций и предприятий. Выборка имела целевой характер, всего опрошены 232 руководителя организаций различных форм собственности и отраслей экономической деятельности.

Новосибирский государственный технический университет (далее – НГТУ) относится к вузам, имеющим устойчивый позитивный имидж на рынке труда, но тем не менее для поддержания имиджа и повышения конкурентоспособности важно знать ожидания и требования данного рынка (прежде всего регионального), которые в ситуации неопределенности (связанной с социальным развитием и трансформациями социально-экономической системы) имеют особенность изменяться достаточно неожиданно. Таким образом, НГТУ, как любой крупный вуз, вынужден формировать гибкие стратегии реагирования образовательного процесса на внешние условия. Именно поэтому логика вопросов, задаваемых экспертам, была построена от выявления потребностей организаций/предприятий в специалистах вообще до требований, предъявляемых современным рынком к специалистам, и прежде всего – выпускникам НГТУ. В процессе

экспертного опроса фактически выявлялась идеальная компетентностная модель подготовки специалистов с точки зрения бизнес-сообщества. Как показало проведенное исследование, у руководителей различных областей экономики есть некий общий взгляд на рассматриваемую проблему. Хотя, надо отметить, что понятие «компетентность» и идея компетентностного подхода известны далеко не всем работодателям, поэтому прежде, чем начинать интервью, экспертам приходилось объяснять некоторые основные положения и принципы.

Прежде чем выяснять позицию бизнес-сообщества относительно компетентностного портрета выпускника вуза, необходимо определить степень заинтересованности рынка труда в молодых специалистах. Наличие мотивации руководителей организаций позволяет понять, насколько бизнес-сообщество готово сформулировать требования вузам и включиться в конструирование компетентностной модели. В этих целях был задан вопрос «Нуждается ли ваше предприятие в молодых специалистах?». Более 61 % из числа опрошенных указали, что их предприятие испытывает потребность в молодых специалистах. Свою потребность в молодых специалистах в будущем периоде отметили около 16 % респондентов. Соответственно, на отсутствие такой потребности указали 19 % опрошенных. Но означает ли это, что кадровый рынок действительно готов принимать молодых? Как выяснилось, организации лишь относительно нуждаются в молодых специалистах, почти половина из тех, кто говорил о своей потребности в молодых специалистах – 49 %, не испытывают острой потребности, если же к этим 49 % прибавить 19 % твердо уверенных в том, что обойдутся без молодых, и 16 % готовых принимать недавних выпускников в

будущем, то картина окажется неоднозначной и не такой оптимистичной. То есть вроде бы руководители согласны с тем, что молодые специалисты нужны и данная потребность растет, но на самом деле ситуация с рынком труда очень динамична и неустойчива. Ориентироваться на такую ситуацию в плане подготовки специалистов по специально заданным компетентностным моделям проблематично. В перспективе организации/предприятия планируют брать молодых специалистов, но насколько реалистична данная позиция? Стохастические процессы в экономике, состояние ведущих отраслей и ведущих предприятий на региональном рынке затрудняют диалог между бизнес-сообществом и вузами, поскольку очень трудно что-либо прогнозировать и, соответственно, обещать друг другу и планировать вместе.

Как выяснилось, большинство опрошенных организаций, несмотря на то что берут на работу выпускников НГТУ, не выстраивают отношения с вузом на юридической основе (из общего числа опрошенных организаций 78 % не имеют подписанных договоров). Однако указанная ситуация касается всех без исключения вузов (может быть, только Томский политехнический университет старается работать в основном на основании договора). Между тем договор является не просто юридическим основанием, он позволяет выстроить более тесные связи между вузом и организацией. Например, не только брать студентов на практику или стажировку, а участвовать в формировании образовательных программ бакалавров и магистров, проводить мастер-классы и включенные лекции и т. д.

Эксперты должны были указать, какими компетенциями, по их мнению, обладают выпускники НГТУ и какие они хотели

бы видеть в молодых специалистах. Больше половины респондентов (53 %) указали на то, что у студентов НГТУ развита такая социально-личностная компетенция, как «способность и готовность к самообучению», а также «готовность быть исполнительным и дисциплинированным» (44 %). Кроме того, среди развитых компетенций выпускников НГТУ оказались такие знания и умения, как «формирование баз данных» (43 %) и «умение работать в команде» (42 %). Отметим, что порог 50 % преодолела только компетенция «способность и готовность к самообучению». Что касается навыков и умений, связанных с инновационной и организационно-управленческой деятельностью, то они сформированы, с точки зрения бизнес-сообщества, недостаточно, и совсем плохо обстоят дела с разговорным и профессиональным иностранным языком. При этом отметим, что не все организации и предприятия рассматривают последнюю компетенцию как необходимую, она важна только для организаций, ориентированных на международный рынок или имеющих связи с зарубежными партнерами.

Как показывают результаты опроса, в число наиболее значимых компетенций выпускников вошли такие социально-личностные компетенции, как «умение управлять конфликтом и разрешать конфликты» (55 %), «владение профессиональным языком» (46 %), «умение работать в команде» (44 %). Среди значимых организационно-управленческих компетенций были указаны такие, как «способность к организации и планированию» (49 %), «способность к разработке проектов и их управлению» (49 %), «готовность к оценке и внедрению инноваций» (48 %), «готовность принимать управленческие решения» (45 %). Полностью таблица выглядит следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

Распределение вариантов ответов на вопрос «Какие компетенции Вы хотели бы видеть в молодых специалистах?»

| Какие компетенции Вы хотели бы видеть в молодых специалистах? | абс. | % |
|--|------|-------|
| Умение управлять конфликтом и разрешать конфликты | 128 | 55,17 |
| Способность к организации и планированию | 115 | 49,57 |
| Способность к разработке проектов и их управлению | 114 | 49,14 |
| Готовность к оценке и внедрению инноваций | 113 | 48,71 |
| Владение разговорным и профессиональным иностранным языком | 106 | 45,69 |
| Готовность принимать управленческие решения | 104 | 44,83 |
| Умение работать в команде | 102 | 43,97 |
| Способность к инициативе и предпринимательству | 100 | 43,10 |
| Способность и готовность к самообучению | 96 | 41,38 |
| Знание делопроизводства | 96 | 41,38 |
| Умение выстраивать свою профессиональную карьеру | 88 | 37,93 |
| Владение профессиональным языком | 88 | 37,93 |
| Готовность быть исполнительным и дисциплинированным | 86 | 37,07 |
| Способность самостоятельно применять специальную литературу и иную информацию для решения профессиональных задач | 81 | 34,91 |
| Умение формировать и работать с базами данных | 69 | 29,74 |
| Знание компьютерных программ и умение пользоваться ими | 63 | 27,16 |
| Умение использовать методы мат. статистики, мат. анализа и моделирования | 61 | 26,29 |
| Умение работать с чертежами | 55 | 23,71 |
| Нет ответа | 18 | 7,76 |
| Всего ответивших | 232 | |

Таким образом, наблюдается разница между тем, «как сформированы компетенции» у студентов и выпускников НГТУ и «какие компетенции необходимы, востребованы, желательны». Это свидетельствует о том, что существует некоторая неудовлетворенность при всем лояльном подходе к выпускникам НГТУ и есть смысл активизировать диалог между вузом и бизнес-сообществом. В процессе такого диалога должны быть скорректированы механизмы взаимодействия. Основная цель такого диалога – создание системы активных взаимодействий всех

вузовских структур (отдел маркетинга, кафедры, деканаты) со «своими» работодателями. Между тем у работодателей отсутствует четкое представление о такой структуре: основываясь на сложившейся практике, каждый общается «как уже сложилось». В числе отмеченных в шкале вариантов ответов эксперты указали на такие каналы взаимодействия, как «через знакомых и личное общение», «неважно откуда, главное что за информация», «организация презентаций», «через центр городского значения», «информационно-рекламные издания».

Таблица 2

Распределение вариантов ответов на вопрос «Если вы готовы сотрудничать с НГТУ, хотели бы вы получать информацию о выпускниках и специальностях?»

| Если вам нужна информация, как вам предпочтительнее ее получать? | абс. | % |
|--|------|-------|
| Через Кадровый студенческий центр | 51 | 29,82 |
| Через выпускающие кафедры | 48 | 28,07 |
| Через деканат | 45 | 26,32 |
| Посредством сети Интернет | 43 | 25,15 |
| Посредством участия в процедуре защиты дипломных работ | 20 | 11,70 |
| Другое | 13 | 7,54 |
| Всего ответивших | 172 | |

Более поздние опросы работодателей (2010–2011 гг.) подтверждают результаты полученных исследований о необходимости единой системы взаимодействия всех вузовских структур, особенно в случаях потребности в специалистах общетехнической направленности (табл. 2).

В связи с переходом на двухуровневую систему обучения (бакалавр–магистр) чрезвычайно важно было выяснить, как работодатели относятся к бакалаврам и магистрам.

Лишь половина экспертов отметили, что опыт работы с теми и другими у них был, но только 30 % понимают, чем отличаются бакалавры от магистров, и имеют сложившееся мнение в отношении того, специалист какого уровня нужен их производству. Однако любопытно, чем именно отличаются бакалавры от магистров, с точки зрения бизнес-сообщества? Большинство отвечали, что основное отличие в уровне знаний и подготовки (табл. 3).

Таблица 3

Распределение вариантов ответов на вопрос «Чем именно отличаются магистры от бакалавров?»

| Отличия (что именно?) | абс. | % |
|--|------|-------|
| Уровень знаний, подготовки | 39 | 44,83 |
| Затрудняюсь ответить | 11 | 12,64 |
| Большой кругозор | 8 | 9,20 |
| Большая база знаний, основанная на практике | 5 | 5,75 |
| Самостоятельность в принятии решения | 5 | 5,75 |
| Широта специализации | 4 | 4,60 |
| Уровень компетенции | 4 | 4,60 |
| Готовность принимать управленческие решения | 3 | 3,45 |
| Соотношение практических и теоретических знаний | 3 | 3,45 |
| Организованность и ответственность | 2 | 2,30 |
| Различные ориентации в профессиональной деятельности | 2 | 2,30 |
| Научно-исследовательские навыки | 2 | 2,30 |
| Способность к аналитике | 2 | 2,30 |
| Знание иностранного языка | 2 | 2,30 |
| Другое | 13 | 14,95 |
| Всего ответивших | 87 | |

Компетентностная модель подготовки специалистов в свете новых принципов должна разрабатываться при поддержке бизнес-сообщества и с учетом мнения работодателей. В новой системе подготовки практике уделяется особое внимание, поскольку именно здесь закладываются умения, формируется профессиональная идентичность и будущий специалист начинает адаптироваться к производству/профессиональной деятельности. Однако только 25 % работодателей отметили, что готовы принимать на практику студентов, тогда как 31 % респондентов указали, что практиканты им не нужны.

При оценке уровня подготовленности выпускников НИТУ 25 % экспертов указали на высокий уровень подготовки, 66 % оценили подготовленность выпускников на среднем уровне и только 3 % отметили низкий уровень подготовки. В качестве других вариантов ответов были указаны такие, как «наблюдается тенденция к снижению уровня подготовки» и «разный уровень подготовки». Из тех, кто не против категорически принимать студентов, большинство – 73 % указали, что практики при подготовке специалиста должно быть больше, так как именно она определяет профессиональный уровень выпускника. Около 20 % из числа экспертов высказали мнение, что необходимо уделять внимание и теории, поскольку многие практические навыки молодой специалист приобретает уже на рабочем месте.

Бизнес-сообщество, считающее, что практика для подготовки хорошего специалиста имеет особое значение, очень адекватно подходит к проблемам организации практики. Только 35 % экспертов указали, что таких проблем нет. Недостаток времени для работы со студентами отметили

17 % ответивших. На низкую мотивацию студентов к деятельности при прохождении практики указали 9 % респондентов. Среди других проблем, возникающих при организации практики, были отмечены ограничение рабочих мест, отсутствие практических знаний, недостаточный срок прохождения практики, организационные трудности, связанные с совмещением учебы и практики, отсутствие знаний технологии и оборудования, несамостоятельность в выполнении конкретных задач (нужен контроль), расхождение теоретических знаний с требованиями практики. Таким образом, организация практики требует самого пристального внимания.

Современное производство требует постоянного повышения квалификации персонала, поскольку рынок и технологии изменяются стремительно, заставляя самые консервативные области и организации как-то реагировать на ситуацию. Бизнес-сообщество понимает, что избежать непрерывного образования нельзя, более того, многие работодатели согласны готовить специалистов под себя (табл. 4).

В основном проблема повышения квалификации сотрудников решается посредством организации специализированных курсов и семинаров с приглашенными специалистами (34 %), самостоятельно посредством внутриорганизационного или корпоративного обучения (28 %). 11 % опрошенных предпочитают выездные семинары с ведущими специалистами из столичных городов. 17 % ответивших указали на различные учебные центры, в том числе факультеты повышения квалификации при высших учебных заведениях. Видимо, основаниями для таких решений являются особые требования к компетентности специалистов, определяемые в

каждой из организаций. Это лишний раз свидетельствует, с одной стороны, об отсутствии диалога между вузом и бизнес-сообществом; с другой – о формирующейся необходимости в непрерывном образовании. В этой ситуации важно, чтобы между вузами и бизнес-сообществом возникли отношения доверия, которые, как нам кажется, зависят от элементарной удовлетворенности получаемыми об-

разовательными услугами. В этой оценке в последнее время начинают учитываться именно компетенции, а не знания вообще. Так, из числа тех, кто получал дополнительное образование в НГТУ, полностью удовлетворены качеством образовательных услуг 55 %, частично удовлетворены 43 % и только один человек указал на полную неудовлетворенность получаемой образовательной услугой.

Таблица 4

Распределение вариантов ответов на вопрос «Как часто с Вашей точки зрения, персонал Вашей организации должен повышать уровень квалификации?»

| Как часто, с Вашей точки зрения, персонал Вашей организации должен повышать уровень квалификации? | абс. | % |
|---|------|-------|
| Постоянно, в режиме непрерывного обучения | 93 | 40,09 |
| Время от времени, с определенной периодичностью | 92 | 39,66 |
| Не часто, по необходимости | 36 | 15,52 |
| Крайне редко, так как уровень квалификации вполне достаточен | 5 | 2,16 |
| Нет ответа | 3 | 1,29 |
| Другое | 3 | 1,29 |
| Итого | 232 | 100 |

И образование, и бизнес решают проблемы в ситуации неопределенности, связанной с быстро развивающимся рынком и неустойчивостью экономики. Это усложняет понимание, поскольку интересы структур иногда расходятся. В результате можно констатировать: вряд ли в настоящий момент у большинства организаций есть четкое представление о компетенциях, в результате чего им трудно сформулировать предложения вузам, однако даже непосредственные сиюминутные проблемы диктуют очень четкие и конкретные требования. Впрочем, при ответе на вопрос о том, какие компетенции необходимы специалистам организации, больше половины ре-

спондентов (70 % руководителей организаций) затруднились с ответом. Работодатели с трудом идут на выделение денег на постоянное дополнительное обучение специалистов (всего 20 % готовы это делать). Тем не менее в части дополнительной подготовки были выбраны отдельные компетенции, которые очень заинтересовали работодателей. Интересно, что 39 % руководителей указали на образовательную программу «Управление проектами», управление персоналом как направление подготовки специалистов выбрали 32 % респондентов. На владение компьютерными программами и управление конфликтами указали 29 % опрошенных. Среди значимых ока-

залось также такое направление подготовки, как «командообразование» и «коучинг». В целом бизнес-сообщество Новосибирска оказалось достаточно продвинутым в плане претензий.

Итак, изучив опыт взаимодействия с работодателями такого крупного вуза, как Новосибирский государственный технический университет, можно сказать, что кадровый рынок имеет претензии к подготовке специалистов, но тем не менее готов к более тесному сотрудничеству. Работодатели готовы постоянно уточнять, какой специалист им нужен, бизнес-сообщество отдает отчет, что с изменением сферы

производства и услуг меняются требования; можно говорить о тенденции к большему осознанию и готовности формулировать все более четкие и конкретные требования. Бизнес-сообщество считает, что образовательная сфера должна преодолеть диспропорцию в соотношении «теория–практика» в подготовке специалистов.

Возможность сближения бизнес-сообщества и вузов в плане подготовки специалистов в рамках компетентностного подхода зависит от стабильности состояний как рынка, так и образовательной системы.