

Взаимодействие вуза и торговой фирмы (работодателя) в целях формирования партнерского сообщества



Автор статьи:

Д. Х. Валеева,

Финансовый университет при Правительстве РФ

Valeeva Dinara Kharisovna,

Financial University

E-mail: DKValeeva@fa.ru

**THE INTERACTION OF THE UNIVERSITY AND TRADING COMPANY
(EMPLOYER) IN ORDER TO FORM COMMUNITY PARTNERSHIPS**

Ключевые слова: взаимодействие, вуз и работодатель,

перспективное направление, развитие.

Keywords: interaction, the University and the employer, a promising development

Аннотация. В статье описывается необходимость взаимодействия вуза и работодателя. Такое взаимодействие позволит выявить перспективные направления деятельности вуза и создать на предприятиях интеллектуальный капитал, способный разработать, а затем и реализовать стратегическое направление развития отрасли. Эти взаимодействия дают возможность вузу отслеживать меняющиеся требования предприятий к специалистам и оперативно корректировать образовательные программы, что в свою очередь способствует повышению конкурентоспособности учебного заведения.

Abstract. This article describes the need for interaction between the university and the employer. Such interactions will help identify promising areas of the university and create intellectual capital in enterprises that can develop and then implement the strategic direction of the industry. These interactions give the chance the university to track the changing demands of business to professionals and quickly correct educational programs, that in turn promotes increase of competitiveness of educational institution.

В настоящее время проблема качества подготовки специалистов к профессиональной деятельности становится все более значимой. В образовательной сфере нарастают противоречия между потребностями общества и возможностями вузов в подготовке профессионалов. Предприятиям для их успешной деятельности необходимы высококвалифицированные кадры, а вузам с учетом спроса на рынке труда необходимы выпускники, успешно трудоустроенные, которыми можно будет гордиться.

С целью решения сложившейся проблемы вузы формируют различные инструменты взаимодействия с работодателями в формировании партнерского сообщества.

Под партнерским сообществом понимают добровольные, основанные на сотрудничестве взаимоотношения между различными субъектами: представителями государственных структур, различными субъектами рынка и другими сообществами. Все участники договариваются совместными усилиями добиваться общей цели, выполнять конкретную задачу и сообща преодолевать неблагоприятные факторы, нести общую социальную ответственность, предоставлять на взаимной основе ресурсы и знания, а также использовать достигнутые результаты в своей деятельности.

Такая модель выгодна партнерам. Руководство компании предварительно может допускать до своих рабочих мест недипломированных специалистов, чтобы проверить их профпригодность, точнее – интерес к выбранной профессии. Так как предприятия реального сектора экономики в большинстве случаев не берут неопытных выпускников в штат компании, такого рода взаимодействие с вузами (предварительная практика во время учебы студентов) поможет проверить знания студентов и одновременно не опасаться за репутацию компании, беря в штат неопытного сотрудника.

Для двух сторон это выгодное сотрудничество: одна сторона восполняет пробелы в практических занятиях, а вторая ведет отбор для себя лучших будущих сотрудников, готовых добиваться успеха и извлекать выгоду для компании.

Высшие учебные заведения, подписав договор с рядом фирм, в котором коммерческая организация официально

оформляет студентов на практику, в будущем получают обратную связь от работодателя, гибко изменяя учебные планы и программы под запросы рынка. Многие виды сотрудничества между вузами и работодателями, по большому счету, являются товарно-денежными отношениями. Работодатель выделяет средства вузу для поддержания инициативных студентов в виде именных стипендий, в итоге – получает специалиста с необходимыми компетенциями, таким образом, вуз выполняет своего рода заказ.

Нанимать молодых специалистов в последние годы стали не только компании из сферы торговли, услуг, финансов, но и производственные предприятия. Последние вновь начали привлекать молодых специалистов из профильных технических вузов, выпускники которых еще недавно редко находили себе работу по специальности. Работодатели размышляют в СМИ даже о конкуренции между компаниями, стремящимися взять на работу наиболее способную молодежь.

Однако подавляющее большинство компаний сегодня не рассчитывают, что полученное в вузе образование позволит молодому специалисту немедленно включиться в работу. Выпускник вуза воспринимается работодателями лишь как «исходный материал» для подготовки полноценного, компетентного профессионала. И такая ситуация ставит перед вузами новые задачи. Полученные в вузе знания рассматриваются компаниями как отправная точка для дальнейшего обучения молодого специалиста, все более важным фактором при оценке потенциального сотрудника становится его способность и желание адаптироваться, учиться, профессионально развиваться. По мнению работодателей, для того чтобы выпускник вуза превратился в высококвалифицированного сотрудника, потребуется несколько лет работы HR-отдела, патронажа. Более того, во многих компаниях дополнительное обучение со стороны компании (руководителя подразделения) в целях адаптации вчерашнего выпускника расценивается не как «досадная» необходимость, а как дополнительная возможность сформировать его в соответствии с собственными требованиями – обучить молодых специалистов элементам внутренней корпоративной культуры, специфике работы. Взрослому сформировавшемуся специалисту сложнее подстроиться под стандарты компании, такой человек приходит со своим опытом, со своими убеждениями. А молодой специалист – гибко подстраивается под требования компании, быстрее вживается в коллектив, хотя есть и минус – недостаточное количество практических знаний по сравнению с опытными претендентами.

В настоящее время работодатели мало удовлетворены тем объемом знаний, которые вчерашние выпускники получают в вузах. Помимо общих и специальных знаний работодатели сегодня ожидают от молодых специалистов еще и определенных профессиональных навыков: умения пользоваться программным обеспечением на продвинутом уровне, знания иностранных языков, способности работать в коллективе и эффективно представлять себя и результаты своего труда.

Главная претензия работодателей к вузам – оторванность от практики знаний, получаемых молодыми специалистами. Проявляться это может по-разному: как в неумении обращаться с современными технологиями, так и в психологической неподготовленности к рыночной действительности, к отсутствию стрессоустойчивости, к нормам поведения в бизнес-среде. Выходом из такой ситуации большинство работодателей считают, во-первых, увеличение сроков и углубление содержания производственной практики, во-вторых, пополнение преподавательских кадров сотрудниками коммерческих фирм, которые знают современную специфику реального сектора экономики. Порой бывает, что преподаватели плохо знакомы с положением дел в той отрасли, специалистов для которой они готовят.

От эффективности обратной связи между работодателем и вузом зависит степень соответствия качества подготовки специалистов пожеланиям работодателя, а следовательно, востребованность выпускника вуза на производстве.

Решение вопроса о подготовке нужных экономике специалистов возможно лишь при тесном взаимодействии учебных заведений и предприятий. Для этого необходимо создание системы, при которой работодатель сможет влиять на содержание образовательной программы, выбирать конкретных преподавателей, ориентированных на данную отрасль. В свою очередь вуз получает практическую площадку работодателя для апробации качества полученных студентами знаний.

Такое взаимодействие позволит выявить перспективные направления деятельности вуза и создать на предприятиях интеллектуальный капитал, способный разработать, а затем и реализовать стратегическое направление развития отрасли. Очевидно, что обе стороны заинтересованы в установлении тесных контактов. Они дают возможность вузу отслеживать меняющиеся требования предприятий к специалистам и оперативно корректировать образовательные программы, что в свою очередь способствует повышению конкурентоспособности учебного заведения.

В России вопросы сближения вузов и предприятий пока не до конца поняты и признаны государством приоритетными, вследствие чего отсутствуют государственные программы, специализированные органы управления и законодательная основа, способствующие решению данной проблемы. Единственным

проявлением интереса к этой теме является постановление Правительства РФ от 19.09.1995 г. «О целевой контрактной подготовке специалистов с высшим и средним образованием», появление которого подтверждает признание необходимости финансового участия предприятий в образовательном процессе. В остальном же пути совместной деятельности изыскиваются заинтересованными сторонами самостоятельно, а более активная роль в этом процессе принадлежит вузам.

Список литературы

1. *Сагинова О. В.* Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 1.
2. *Илясов Е.* Становление системы содействия трудоустройству выпускников // Высшее образование в России. – 2008. – № 8. – С. 116–122.
3. Рынок труда и проблемы трудоустройства // Высшее образование в России. – 2006. – № 4. – С. 10–15.
4. Постановление Правительства РФ от 24.12.2008 №1015 «Об утверждении правил участия объединения работодателей в разработке и реализации государственной политики в области профессионального образования» // www.mnogozaikov.ru/