

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2020.93.11.045

Воздействие конкурентоспособности вуза на востребованность выпускников на рынке труда

Сорока Карина Георгиевна

Начальник отдела кадров,
Еврейский университет,
127273, Российская Федерация, Москва, ул. Отрадная, 6;
магистрант,
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина,
119071, Российская Федерация, Москва, Малая Калужская ул., 1;
e-mail: amirova.karina89@gmail.com

Аннотация

В статье рассматривается значение корпоративной культуры вуза и ее влияние на конкурентную позицию выпускников на рынке труда. На основе анализа статистического материала автор выявляет наиболее уязвимые, с точки зрения безработицы, возрастные группы и приводит доводы, разъясняющие сложившуюся ситуацию с позиции экономического механизма рынка труда. В работе показано, что и формальные, и неформальные составляющие корпоративной культуры имеют равное значение для формирования зрелой социальной и профессиональной личности. Трудности связаны не только с подготовкой на профессиональном уровне, основанной на получении студентом определенного набора знаний и умений, требования к которым и предъявляет потенциальный работодатель, но и с развитием у студентов навыков социальной адаптации в новом коллективе. При этом в работе показано, что в современных условиях практически любой работодатель отдает предпочтение целостной сформированной личности, иногда даже в ущерб уровню профессиональной подготовки. Это связано с тем, что профессиональные навыки, особенно имеющие специфику для конкретной должности, могут быть приобретены в процессе введения в должность, а социальная зрелость работника нарабатывается в течение гораздо более длительного времени, а в некоторых случаях не может быть достигнута полностью в течении всей трудовой деятельности.

Для цитирования в научных исследованиях

Сорока К.Г. Воздействие конкурентоспособности вуза на востребованность выпускников на рынке труда // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 11А. С. 334-340. DOI: 10.34670/AR.2020.93.11.045

Ключевые слова

Конкурентоспособность ВУЗа, рынок труда, профессиональные компетенции, социальная зрелость, структура безработицы.

Введение

В условиях жесткой конкуренции на рынке труда выпускники российских вузов нередко сталкиваются с проблемой трудоустройства после окончания обучения. Трудности связаны не только с подготовкой на профессиональном уровне, основанной на получении студентом определенного набора знаний и умений, требования к которым и предъявляет потенциальный работодатель, но и с развитием у студентов навыков социальной адаптации в новом коллективе. Часто бывает так, что выпускник, не имея большого опыта выстраивания взаимоотношений, а также освоения новых для него норм поведения, которые приняты в трудовом коллективе, испытывает психологические трудности и не способен раскрыть свой потенциал должным образом. Помимо этого, трудность, описанная выше, приводит к тому, что молодой специалист, еще на стадии собеседования, а нередко и на стадии формирования резюме, не может презентовать себя так, чтобы удовлетворить требования, предъявляемые потенциальным работодателем.

Основная часть

По данным Федеральной службы государственной статистики по показателям 2010-2018 гг. на территории Российской Федерации среди населения в возрасте 20-29 лет уровень безработицы в среднем составляет 9 %, что в два раза больше аналогичного показателя среди населения в возрасте 30-39 лет, в среднем, за исследованный период, доля безработных граждан в этом возрасте равна 4,8 %.

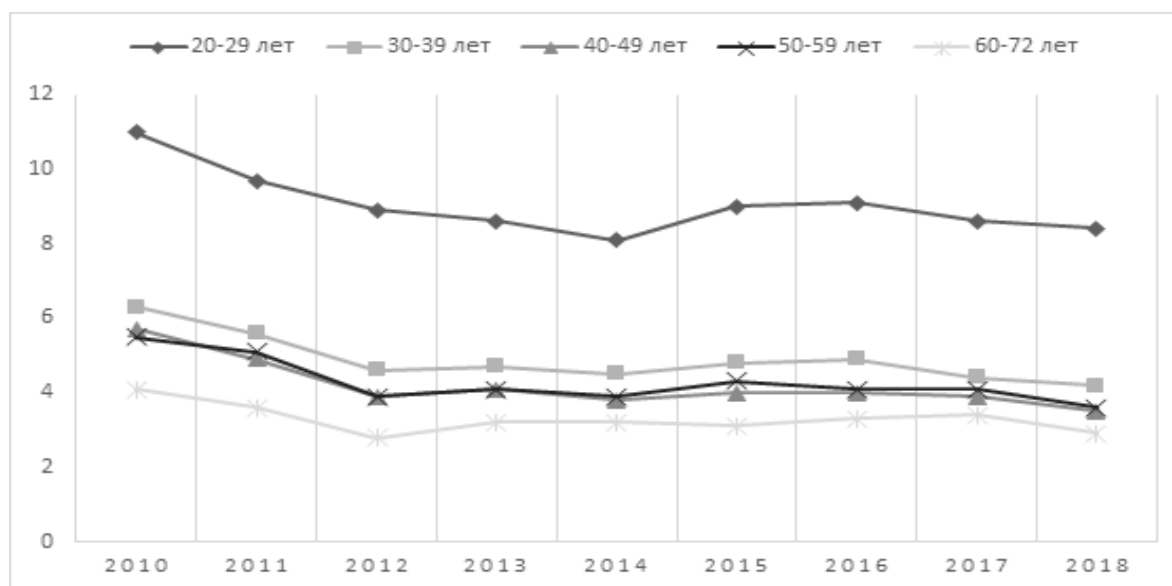


Рисунок 1 - Уровень безработицы в разбивке по возрасту (значение показателя за год, Российская Федерация, %)

Стоит подчеркнуть и тот факт, что безработица в возрастной группе 20-29 лет имеет максимальный уровень.

Приведенные выше данные свидетельствуют о существующей проблеме трудоустройства выпускников, которую необходимо решать, в том числе с помощью развития в вузах

корпоративной культуры.

Корпоративная культура – это определенный набор норм и правил поведения внутри конкретной группы, регулирующие взаимоотношения между членами коллектива, определяющий ценности коллектива, сложившиеся традиции, идеологию организации и определенный психологический климат, принятый в конкретном коллективе. Корпоративная культура в организациях различна. Прежде всего это связано со стилем управления организации, миссией компании и стратегией ее развития. В некоторых организациях большое значение имеет командная работа, в других же наоборот, в приоритете стоит не коллективный, а индивидуальный результат сотрудника.

Корпоративная культура среди студентов довольно широко рассматривается в трудах российских ученых Е.А. Поляковой [Полякова, 2019], А.А. Столпак [Столпак, 2017], Чернышевой Т.Л. [Чернышева, 2018], О.О Киселёвой [Киселёва, 2018], Ярошенко Д.В. [Ярошенко, 2019] и др.

Корпоративная культура вуза – это сложный, многоступенчатый процесс, включающий в себя выстраивание межличностных отношений как внутри малой студенческой группы, так и на уровне взаимосвязи студентов с профессорско-преподавательским составом и руководством вуза. В рамках корпоративной культуры вуза воспитывается дисциплинированность, развиваются такие навыки, как командная работа, коллективная ответственность, осознание себя, как части коллектива и общества, отнесение к определенной социальной роли внутри группы. При этом социальная роль студента на разных уровнях взаимодействия с коллективом может меняться, а значит обучающийся лучше осознает себя и свои возможности, понимает свою значимость внутри коллектива.

В каждом вузе существует документ, который четко регламентирует основные правила и нормы поведения студента, обязательные для исполнения. Правила могут затрагивать как внешний вид обучающихся, так и поведенческие особенности и социальные нормы поведения, такие как запрет курения на территории, бережное отношение к имуществу вуза, соблюдение социальной и должностной иерархии по отношению к преподавателям и сокурсникам, религиозная толерантность.

Развитие корпоративной культуры в вузе имеет большое значение в приобретении студентами навыков, которые в дальнейшем благотворно влияют на трудоустройство. Чем более социализирован студент, а в будущем и молодой специалист, тем меньше вероятность того, что он будет испытывать трудности со вхождением в новый коллектив, и будет испытывать проблемы при выстраивании взаимоотношений внутри коллектива как по горизонтали, так и по вертикали.

Для развития у студентов высокого уровня адаптации, корпоративная культура вуза предусматривает проведение различных мероприятий, как формальных, так и неформальных.

К формальным мероприятиям, направленным на сплочение коллектива относится посвящение в первокурсники – во многих российских вузах устраиваются концерты, посвященные этому дню, так первокурсники знакомятся с вузом и его руководством, обучающимися старших курсов, лучше понимают идеологию вуза и быстрее адаптируются в новой для них среде. Также большое значение внутри корпоративной культуры вуза занимает научная жизнь, в рамках которой проходят студенческие конференции, круглые столы, внутри вузовские олимпиады и олимпиады между вузами. Такие мероприятия имеют состязательный характер и позволяют студентам адаптироваться к условиям конкуренции, что является крайне полезным навыком. Такого рода мероприятия развивают у студентов навыки публичного

выступления и ораторского искусства, обучают проведению дискуссий, и вырабатывают навыки отстаивания и защиты собственной точки зрения. Все эти умения трудно переоценить для достижения высокой конкурентной позиции как при поступлении на работу, так и в процессе выполнения профессиональных трудовых функций.

Корпоративная культура вуза должна уделять большое значение практической деятельности обучающихся. Начиная со второго курса, студенты направляются в различные организации на практику. В процессе прохождения практики студенты более детально знакомятся с организацией труда, получают опыт адаптации в новой социальной группе, приучаются к ответственности, погружаются в новую для них социальную роль «сотрудник». Помимо этого, они получают навыки, способствующие соблюдению ряда правил поведения, таких как пунктуальность, дресс-код, а также начинают учиться принимать решения. Не менее важным в период прохождения практики является приобретение студентами навыков общения с новыми людьми, чаще всего относящимися к другой возрастной категории. В работе А.А. Столпак отмечено, что верный выбор места прохождения практики с правильной корпоративной культурой оказывает благотворное влияние на профессиональное самоопределение личности [Столпак, 2017, 180].

В целях успешного трудоустройства после окончания вуза с самого начала обучения необходимо уделить особое внимание практическим навыкам студента, таким как компьютерная и информационная грамотность. Наличие навыков работы с приложениями Microsoft Office является одним из ключевых требований к специалисту практически в любой профессиональной сфере деятельности, от экономики до сферы обслуживания. Исходя из этого, в рамках корпоративной культуры вуза в процессе освоения дисциплин учебного плана необходимо включать больше практических заданий для самостоятельной работы, которые будут направлены на обработку и анализ информации на основе статистических данных, представление результатов анализа в графическом виде. Включение в практическую работу студентов заданий с созданием различных инфорграфических презентаций также даст положительный эффект, поскольку такой навык очень востребован работодателями. Немаловажным в части развития компьютерной грамотности является процесс применения в образовательной среде различных систем дистанционного обучения. С помощью таких платформ, как Moodle, iSpring, WebTutor и др. студенты получают практические навыки работы с программами, приобретают общее представление о работе в различных электронных системах, изучают структуру и принципы работы систем, что, безусловно, поможет быстрее адаптироваться на рабочем месте.

Согласно он-лайн опросу, проведенному службой исследований HeadHunter в 2019 году, в котором приняли участие 463 HR-специалиста в разных регионах России из компаний разных сфер деятельности, были выявлены наиболее важные навыки, которых не хватает соискателям [HeadHunter, www].

Самым распространенным ответом стала нехватка у соискателей квалификации, на это указали 64% опрошенных специалистов. На втором месте – несоответствие зарплатных ожиданий кандидатов, на этом заострили внимание 59% опрошенных. Следует подчеркнуть тот факт, что несоответствие квалификационным требованиям в наименьшей степени может быть преодолено посредством корпоративной культуры, тогда как навыки адекватной оценки личной конкурентной позиции и ее сопоставление с вознаграждением вполне могут быть получены в рамках грамотно разработанной и внедренной корпоративной культуры.

Следующими по убыванию были названы такие редко встречающиеся качества

потенциальных специалистов, как исполнительность, добросовестность, ответственность. Данные качества являются дефицитными по мнению от 34 до 20% опрошенных в зависимости от области их профессиональной деятельности. Все эти качества в большей степени формируются посредством корпоративной культуры вуза.

В корпоративной культуре вуза наряду с формальными мероприятиями необходимо развивать и неформальные. К ним можно отнести различные коллективные походы на выставки, проведение мероприятий вне стен вуза, к примеру коллективные игры на свежем воздухе. Такие мероприятия способствуют лучшему погружению в новый коллектив, сближению и сплочению.

Немаловажное значение имеет проведение вузом различных мастер-классов и лекций, на которые приглашаются успешные люди и профессионалы в различных областях, которые делятся историей своего успеха, а студенты могут задать интересующие их вопросы и, таким образом, получить огромный опыт и практические знания.

Заключение

Следовательно, формальные, и неформальные составляющие корпоративной культуры имеют равное значение для формирования зрелой социальной и профессиональной личности. При этом практически любой работодатель отдает предпочтение целостной сформированной личности, иногда даже в ущерб уровню профессиональной подготовки. Это связано с тем, что профессиональные навыки, особенно имеющие специфику для конкретной должности, могут быть приобретены в процессе введения в должность, а социальная зрелость работника нарабатывается в течение гораздо более длительного времени.

Библиография

1. Чернышева Т.Л. Специфика корпоративной культуры опорного университета // Сервис plus. 2018. Т. 12. № 1. С. 102-116.
2. Киселёва О.О. Корпоративная культура инновационной образовательной площадки // Сибирский педагогический журнал. 2018. № 1. С. 15-28.
3. Ярошенко Д.В. Корпоративная культура учреждения профессионального образования как условие оптимизации его деятельности // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2019. № 3 (169). С. 416-419.
4. Фомина М.В., Михайлова Е.А., Азнабаева Л.М., Киргизова С.Б., Жеребятьева О.О. Коммуникативный компонент содержания образования в аспекте корпоративной культуры медицинского вуза // Вестник Оренбургского государственного университета. 2018. № 6 (218). С. 91-96.
5. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/58714> свободный. – (дата обращения: 02.10.2019 г.)
6. Полякова Е.А. Особенности корпоративной культуры вуза // Наука и общество - 2019 Материалы международной научной конференции. Под редакцией Н.Б. Осипян, М.А. Дмитриевой, М.И. Жбанниковой. 2019. С. 422-428.
7. Портал HeadHunter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hh.ru/article/25225> свободный. – (дата обращения: 30.09.2019 г.)
8. Столпак А. А. Корпоративная культура как фактор, обуславливающий профессиональное самоопределение студентов // Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: сб. статей. 2017. С. 178–180.
9. Кузнецова Д.А. Опыт изучения межкультурной коммуникации и корпоративной культуры в образовательном процессе // Проблемы современного педагогического образования. 2019. № 65-2. С. 335-338.
10. Чижикова Е.С. Совершенствование деятельности кураторов по формированию корпоративной культуры студенческого сообщества в вузе // Современные наукоемкие технологии. 2019. № 12. С. 226-230.

The impact of university competitiveness on the demand for graduates in the labor market

Karina G. Soroka

Head of Human Resources,
Jewish University,

127273, 6 Otradnaya st., Moscow, Russian Federation;

Master student

Russian State University named after A.N. Kosygin,

119071, 1, Malaya Kaluzhskaya st., Moscow, Russian Federation;

e-mail: amirova.karina89@gmail.com

Abstract

The article discusses the importance of the corporate culture of the university and its impact on the competitive position of graduates in the labor market. Based on the analysis of statistical material, the author identifies the age groups that are the most vulnerable from the point of view of unemployment and gives arguments explaining the situation from the standpoint of the economic mechanism of the labor market. The work shows that both formal and informal components of corporate culture are of equal importance for the formation of a mature social and professional personality. Difficulties are associated not only with professional training, based on the student receiving a certain set of knowledge and skills, the requirements of which are presented by a potential employer, but also with the development of students' social adaptation skills in the new team. At the same time, the work shows that in modern conditions, almost any employer prefers a holistic formed personality, sometimes even to the detriment of the level of professional training. This is due to the fact that professional skills, especially those specific for a particular position, can be acquired in the process of entering the post, and the social maturity of the employee is acquired over a much longer time, and in some cases it cannot be achieved completely during the entire labor activities.

For citation

Soroka K.G. (2019) Vozdeistvie konkurentosposobnosti vuza na vostrebovannost' vpusknikov na rynke truda [The impact of university competitiveness on the demand for graduates in the labor market]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (11A), pp. 334-340. DOI: 10.34670/AR.2020.93.11.045

Keywords

University competitiveness, labor market, professional competencies, social maturity, unemployment structure

References

1. Chernysheva T.L. (2018) Spetsifika korporativnoi kul'tury opornogo universiteta [Specifics of the corporate culture of the reference University]. *Servis plus* [Plus service] Vol. 12. No. 1. Pp. 102-116.
2. Chizhikova E.S. (2019) Sovershenstvovanie deyatel'nosti kuratorov po formirovaniyu korporativnoi kul'tury studencheskogo soobshchestva v vuze [Improving the activities of curators on the formation of corporate culture of the

- student community at the University]. *Sovremennye naukoemkie tekhnologii* [Modern science-intensive technologies] no. 12. Pp. 226-230.
3. Fomina M.V., Mikhailova E.A., Aznabayeva L.M., kirghizova S.B., Zherebyateva O.O. (2018) Kommunikativnyi komponent soderzhaniya obrazovaniya v aspekte korporativnoi kul'tury meditsinskogo vuza [Communicative component of the content of education in the aspect of corporate culture of a medical University]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Orenburg state University] No. 6 (218). Pp. 91-96.
 4. Headhunter Portal [Electronic resource]. – Mode of access: <https://hh.ru/article/25225> free. – (accessed: 30.09.2019)
 5. Kiseleva O.O. (2018) Korporativnaya kul'tura innovatsionnoi obrazovatel'noi ploshchadki [Corporate culture of innovative educational platform]. *Sibirskii pedagogicheskii zhurnal* [Siberian pedagogical journal] no. 1. Pp. 15-28.
 6. Kuznetsova D. A. (2019) Opyt izucheniya mezhkul'turnoi kommunikatsii i korporativnoi kul'tury v obrazovatel'nom protsesse [Experience of studying intercultural communication and corporate culture in the educational process]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya* [Problems of modern pedagogical education] No. 65-2. Pp. 335-338.
 7. Polyakova E.A. (2019) Osobennosti korporativnoi kul'tury vuza [Features of the corporate culture of the University]. *Nauka i obshchestvo - 2019* [Science and society – 2019] Materials of the international scientific conference. Edited by N. B. Osipyan, M. A. Dmitrieva, M. I. Ivannikova. Pp. 422-428.
 8. Stolpak A.A. (2017) Korporativnaya kul'tura kak faktor, obuslavlivayushchii professional'noe samoopredelenie studentov [Corporate culture as a factor that determines professional self-determination of students]. *Professional'noe samoopredelenie molodezhi innovatsionnogo regiona: problemy i perspektivy* [Professional self-determination of youth in the innovation region: problems and prospects] Pp. 178-180.
 9. Unified interdepartmental information and statistical system [Electronic resource]. – Mode of access: <https://fedstat.ru/indicator/58714> free. (date of application: 02.10.2019)
 10. Yaroshenko D.V. (2019) Korporativnaya kul'tura uchrezhdeniya professional'nogo obrazovaniya kak uslovie optimizatsii ego deyatelnosti [Corporate culture of professional education institutions as a condition for optimizing its activities]. *Uchenye zapiski universiteta im. P.F. Lesgafta* [Scientific notes of the p. F. Lesgaft University] No. 3 (169). Pp. 416-419.