

**Влияние конкурентоспособности выпускников на их дальнейшее
трудоустройство.**

Яримака Светлана Константиновна

Выпускник (специалист)

МАТИ - Российский государственный технологический университет имени К.Э.

Циолковского, Москва, Россия

E-mail: megasvetik1@rambler.ru

Современным студентам конкурентоспособность на рынке труда следует понимать как соответствие работников требованиям рынка, как совокупность профессиональных, психологических и духовных характеристик личности, определяющих позиции конкретного работника на рынке труда, позволяющих им претендовать на занятие определенных вакансий.

Высокий уровень нашей конкурентоспособности на рынке труда - это один из основных показателей успешной деятельности образовательного учреждения, также стоит отметить, что на уровне государства качество рабочей силы все в большей степени определяет конкурентоспособность ее экономики.

Что касается понятия конкурентоориентированность, то под ней понимается особая направленность мышления человека на необходимость постоянной борьбы за собственное выживание в современном мире во всех его ситуациях и овладение технологиями такой борьбы.

В связи с этим, одними из основных проблем являются:

1) Отсутствие конкурентоориентированности у студентов. То есть они в большинстве своей массы пока не приучены думать дальше экзамена, дипломного проекта, позаботиться о том, что будет после учебы в реальной жизни.

2) Отсутствие умения, а порой и самого желания повышать собственную конкурентоспособность. К основным факторам, тормозящим повышение конкурентоспособности выпускников, можно отнести как их личностные факторы, например, неготовность принимать самостоятельные решения, брать на себя ответственность, к интенсивному труду и другое. А также факторы, не зависящие от самого выпускника, примером может служить нежелание работодателей брать на работу молодых специалистов по причине того, что их необходимо обучать.

Еще одной проблемой является то, что у молодых людей при поступлении в ВУЗ отсутствует четкий мотив выбора той или иной специальности, то есть большинство из них идут на «модные» на данный момент профессии.

Также стоит отметить, что на сегодняшний день управление высших учебных заведений в основном акцентирует свое внимание на спросе со стороны абитуриентов, но не на спросе со стороны рынка труда. Эта проблема может привести к выпуску неконкурентоспособных специалистов и, как следствие, приведет к снижению конкурентоспособности самих учебных заведений.

В целях выяснения того понимают ли выпускники нашего университета значение и важность их конкурентоспособности и каково в их понимании определение данного слова, мной был проведен опрос среди выпускников. Первый вопрос был таков: «Что, по Вашему мнению, представляет собой конкурентоспособность выпускника на рынке труда, и как она может повлиять на дальнейшее его трудоустройство?». Ответы на данный вопрос показали, что для большинства выпускников конкурентоспособность - это набор професси-

ональных навыков, умений, знаний, гибкость мышления, наличие амбиций и т.д., дающий ему преимущество перед его соперниками и возможность занять желаемое рабочее место. То есть исходя из этого, можно сделать вывод, что наши студенты понимают значение слова «конкурентоспособность», а именно на рынке труда. Однако, стоит заметить, что есть и такие, которые не придают особого значения данному понятию и относятся к нему как-то скептически.

Второй вопрос звучал следующим образом: «Прилагаете ли Вы какие-либо усилия для повышения своей конкурентоспособности? Какие именно усилия вы прилагаете?». По ответам опрошенных было видно, что усилия, прилагаемые ими для повышения их конкурентоспособности приблизительно одинаковы, например, изучение дополнительных языков, посещение различных тренингов, мастер-классов, чтение профессиональной литературы, прохождение стажировок, также кто-то добавил, что помимо этого активно занимается спортом, так как здоровье тоже немаловажный фактор, влияющий на конкурентоспособность. Приятно осознавать то, что наши студенты не только понимают всю важность саморазвития, но и прилагают усилия для ее повышения, что является необходимым для их дальнейшего трудоустройства.

Что касается следующего вопроса, то он звучал так: «Изучали ли Вы рынок труда и возможности своего трудоустройства?»

Из вышеприведенного что большая часть выпускников (58%) изучают рынок труда. Как было ими же сказано, они имеют четкое представление о реальных вакантных позициях, а также постоянно следят за изменениями требований по определенным вакансиям. Стоит отметить, что небольшое количество выпускников следят за вакансиями на рынке труда не по своей специальности, что возможно свидетельствует о том, что после окончания ВУЗа они планируют либо изучать другую специальность посредством получения степени магистра или второго высшего образования, либо работать не по специальности.

«Нет» на вопрос ответили 28% опрошенных, также некоторые отметили, что они пока даже не знают, чем будут заниматься после окончания ВУЗа, то есть существует проблема неопределенности, когда человек еще пытается понять, чем он хочет заниматься. И наконец, 14% опрошенных ответили, что изучали рынок труда поверхностно, к сожалению своих комментариев они не дали, но могу предположить, что были лишь изучены возможные вакансии, предлагаемые по их специальности, и приблизительная заработанная плата.

Помимо опроса я также заинтересовался мнением старшего специалиста по подбору и развитию персонала компании БМВ по данной теме. На мои вопросы любезно согласилась ответить Оржеховская Людмила.

Ответ на вопрос, «С какими основными проблемами сталкиваются Ваши сотрудники при работе со студентами, проходящими стажировку?», был следующим: «общая проблема, с которой сталкивается компания при работе со стажерами - это отрыв теории от практики, устаревшая теория и нехватка практических знаний».

Для решения данной проблемы, было предложено проходить как можно больше стажировок, а также участвовать в образовательных программах, проводимых многими компаниями, как в ВУЗах, так и в офисах организаций. Участие в мастер-классах, встречах с экспертами из разных отраслей бизнеса также приблизят студентов к реалиям, ожидающих их на рынке труда по окончании ВУЗа и в процессе стажировок.

По ее мнению, для того чтобы быть конкурентоспособным на рынке труда, студент должен не только обладать определенной профессиональной компетенцией, но самое главное четко осознавать и мотивировать выбор своей профессии. В компанию еженедельно

поступают более 100 резюме от ВУЗов, которые похожи по своему содержанию, в этом случае БМВ уделяет свое внимание таким пунктам как, например, мотив выбора своей специальности. Для отбора специалистов компания использует только такие методики, как ассесмент и собеседование.

На вопрос «Позволяют ли знания, получаемые студентами МГМУ (МАМИ), быть достаточно конкурентоспособными на рынке труда?» мне ответили, что студенты МАМИ являются вполне конкурентоспособными, однако подчеркнули, что порой выявляется такая проблема, как недостаточное знание иностранного языка, но это зачастую у технических специальностей.

Для решения данного вопроса считаю необходимым наращивать объемы взаимодействия МАМИ с компанией БМВ. А именно в рамках двусторонних отношений разработать программу обучения студентов, как по экономическим, так и по техническим специальностям, основанную непосредственно на информации, предоставляемой БМВ. Это поможет учащимся нашего университета быть лучше осведомленными об ассортименте компании, о предоставляемых услугах, о технических характеристиках их автомобилей и т.д., то есть даст преимущество перед выпускниками других ВУЗов при прохождении собеседования на определенную

Далее хотелось бы рассказать о том, как Университет Маами помогает своим студентам в трудоустройстве и каких результатов удалось достичь в данной области. Начну с того, что для решения вопроса о дальнейшем трудоустройстве выпускников, в 2005 году был создан отдел практики и трудоустройства, который устанавливает взаимодействие с кадровыми службами ведущих организаций машиностроительной отрасли в Москве, регионах России и за рубежом. Совместно с партнёрами вуза проводятся «Ярмарки вакансий», мастер-классы, тренинги и презентации.

А также далее с 2015 года Университет машиностроения предлагает своим студентам уникальную возможность планирования собственной карьеры, начиная с этапа поступления. Специально для этого создан интернет-портал «Электронный центр карьеры» - интерактивная среда взаимодействия студентов университета и работодателей, аналогов данного портала ранее еще не существовало в МАМИ. Далее на рисунке 3 представлен график, показывающий динамику роста процента выпускников, нашедших работу после окончания ВУЗа, благодаря нововведениям в МАМИ.

Как мы видим из вышеприведенного графика, то с 2000 года до 2016 года, до того как был внедрен отдел практики и трудоустройства, приблизительный процент выпускников, устраивавшихся на работу практически сразу после окончания МАМИ, составлял 27%.

За 7 лет после появления данного отдела этот процент увеличился примерно на 7% и составил 34%, а благодаря внедрению такого новшества для МАМИ как «Электронный центр карьеры», то же самое число увеличилось приблизительно до 35,6%.

То есть мы можем наблюдать тот факт, что благодаря различным нововведениям со стороны университета, процент выпускников, нашедших работу практически сразу после окончания ВУЗа, растет, наблюдается динамика роста.

Но хочу отметить то, что в большей степени все зависит от самого человека, от его стремления к достижению поставленных целей. Поэтому я искренне надеюсь на то, что данная моя работа поможет хоть и незначительно, но поднять данный процент, ускорить сложившуюся динамику роста.

То есть целью было ознакомить с понятием конкурентоспособность тех студентов и вы-

пускников, которые не были с ним знакомы, а также объяснить им насколько важно это для их будущего, мотивировать их, развить конкурентоориентированность. В остальных же молодых людях и девушках подогреть уже имеющееся у них желание и стремление к саморазвитию.

На основе всех ранее изложенных результатов опросов и исследований были выявлены определенные проблемы, связанные с конкурентоспособностью выпускников на рынке труда, а также их конкурентоориентированности и другие. Для решения этих проблем мы предлагаем следующее:

Что касается вопроса о конкурентоориентированности и конкурентоспособности, то необходимо уже с первого курса обучения популяризировать среди студентов определенного рода беседы, конференции, связанные с данным вопросом, проводить встречи с выпускниками университета, для того чтобы они могли поделиться своим опытом и дать советы. Это может заставить студентов задуматься о необходимости в постоянном саморазвитии.

Что касается проблемы первоначального выбора абитуриентом той или иной специальности, то тут необходимо давать человеку большую свободу при самоопределении, чтобы человек сам строил свое будущее, без навязанных стереотипов, а исходя из своих желаний, моральных принципов и норм самого себя. Так как иначе человек возможно просто не будет проявлять интерес к данной профессии, то есть отсутствие самоотдачи, без которой невозможно достичь успеха и быть конкурентоспособным.

Теперь относительно проблемы того, что ВУЗы ориентируются на спрос со стороны абитуриентов, но не рынка труда. Здесь считаем необходимым повышать объемы сотрудничества ВУЗов с предприятиями, что позволит ориентироваться на их потребности как работодателей, то есть взаимовыгодное сотрудничество позволит выпускать конкурентоспособных специалистов.

И наконец, на государственном уровне считаем необходимым предоставлять выпускникам работу по специальности после окончания ВУЗа, что позволит получить им определенный опыт, а не пополнить ряды экономически активных безработных.

Выводы:

Конкурентоспособность выпускников ВУЗов играет важную роль в их дальнейшем трудоустройстве. Забота о личной конкурентоспособности предполагает высокое внутреннее напряжение и способность мобилизовать если не все, то основные личностные ресурсы, а также постоянную борьбу с собой и другими за свое место под солнцем.

Необходимо прививать молодым людям стремление к саморазвитию, так как это поможет им добиться успехов в жизни.

Источники и литература

- 1) Андреев В.И. «Конкурентология», Казань, Изд-во «Центр Инновационных Технологий», 2015г
- 2) Соколов, М.А. Коммуникативное поведение в островном академическом сообществе 2012г
- 3) Социология управления, Ксенофонтова Х.З., 2010
- 4) Социология массовой коммуникации, Федотова Л.Н., 2013
- 5) Экономическая социология, Радаев В.В., 2012