

Д. Л. БАКУСОВА

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ КАДРАМИ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Обоснованы основные направления совершенствования системы управления процессами обеспечения кадрами специалистов экономики региона в соответствии со спросом на них. Показана необходимость формирования системы маркетинговых исследований рынка труда специалистов на уровне высших учебных заведений, высшей школы республики в целом. Обоснована необходимость формирования мониторинга рынка труда специалистов на уровне регионального органа управления образованием. *Система образования, маркетинговые исследования, мониторинг рынка труда*

Образование сегодня является одним из основных направлений инвестиций в человеческий капитал, и как любые инвестиции, они должны быть эффективными. Несмотря на увеличение количества студентов, полностью оплачивающих свое обучение, государство сегодня продолжает оставаться основным инвестором в систему образования. Как инвестор, государство заинтересовано в эффективной системе образования, которая обеспечивала бы потребности экономики в кадровых ресурсах. Основным показателем экономической, а в связи с этим и социальной эффективности функционирования системы образования является востребованность выпускников на рынке труда.

При этом нужно иметь в виду, что в настоящее время происходит нарастающая локализация рынка труда в виде его региональных сегментов. Региональные рынки труда специалистов обладают в настоящее время высокой динамичностью вследствие происходящих существенных изменений структуры экономики регионов.

Очевидно, что динамичной модели социально-экономического развития регионов должна соответствовать адаптивная система образования, быстро реагирующая на запросы рынка труда, стимулирующая экономический рост, готовящая специалистов, способных эффективно работать в конкурентной среде.

В настоящее время объемы подготовки, структуры специальностей и профессий, по которым готовят специалистов, зачастую определяются на основе устаревшей или недостаточно проверенной информации, не отражающей произошедших изменений на рынке труда и не учитывающей емкости этого рынка. Составление перспективных балансов спроса и предложения рабочей силы выступает основным компонентом механизма управления кадровым потенциалом региона, важной составляющей эффективной модели организационно-экономического взаимодействия региональных систем профессионального образования и рынков труда.

В связи с изложенным особое значение для оптимизации подготовки кадров в вузах региона обоснования и для разработки мероприятий по регулированию и контролю за изменениями рынка образовательных услуг, по стратегическому планированию системы подготовки кадров, ориентированной на спрос, в перспективе приобретают маркетинговые исследования и мониторинг рынка труда специалистов [2].

Применительно к вузу маркетинг, по нашему мнению, необходимо рассматривать как деятельность, охватывающую:

– изучение востребованности в специалистах субъектов хозяйствования;

– проектирование подготовки специалистов и ее реализацию.

При этом маркетинг в сфере образования использует совокупность определенных инструментов рынка (информационный, аналитический, прогнозистический, управленческий) в целях выявления, последующего формирования и удовлетворения потребностей конкретного потребителя в конкретных специалистах [1]. На уровне отдельных вузов автор предлагает создать отделы маркетинга. Возможно, на наш взгляд, выделить, как минимум, следующие базисные функции маркетинга учреждений высшего образования:

1) исследование востребованности в специалистах, или сбор, обработка, анализ и интерпретация информации о внутренней и внешней среде производства и потребления специалистов, где особое место занимает оценка качественных и количественных показателей текущего и перспективного спроса на специалистов в разных разрезах;

2) сегментирование, или разделение востребованности в специалистах на определенные группы потребителей в зависимости от экономических, демографических, географических, поведенческих и других факторов;

3) позиционирование, или определение места, которое занимает учебное заведение в сравнении с конкурентами;

4) разработка комплекса мероприятий по набору, подготовке специалистов, в наибольшей мере отвечающих запросам пользователей;

5) деятельность учебного заведения по распространению сведений о его достоинствах с целью создания популярности и убеждения пользователя в предпочтительности выпускников данного образовательного учреждения;

6) деятельность по организации по трудоустройству выпускников [3].

Естественно, что работа по оценке спроса на специалистов представляет собой систему многосторонних исследований в части экономических, социальных, демографических и некоторых других процессов, в той или иной мере воздействующих на формирование спроса. В целом маркетинг в области подготовки специалистов на макро- и мезо-экономическом уровне (национальная экономика,



отраслевые и региональные ее секторы) является (во всяком случае должен являться) функцией государства в лице органов управления образованием, службы труда и занятости, экономических служб на разных уровнях (федерация, регион). Сами учебные заведения для такого уровня работы не располагают необходимыми самостоятельными условиями и ресурсами. В исследованиях спроса на специалистов могут и уже активно участвуют их ассоциативные объединения – профессиональные ассоциации высших учебных заведений, региональные советы ректоров вузов. Для отдельных учебных заведений результаты этой работы важны как общий ориентир их деятельности, в особенности в условиях усиления региональной направленности.

В целях решения поставленных задач Министерством образования Республики Башкортостан и Департаментом федеральной государственной службы занятости населения ведется постоянная работа по вопросам подготовки специалистов в соответствии с потребностями регионального рынка труда. Но, тем не менее, проблема востребованности выпускников высшего профессионального образования остается одной из ключевых в процессе взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, для чего необходимо усиление действий органов государственного управления.

С учетом изложенных позиций автором предлагается создание Департамента регионального мониторинга качества образования и востребованности специалистов при Министерстве образования Республики Башкортостан

Ключевыми задачами планируемого Департамента будут являться:

- повышение качества деятельности профессиональных учебных заведений и органов управления образованием Республики Башкортостан, а также организация и проведение комплекса мероприятий по росту востребованности в выпускниках вузов на рынке труда;
- изучение и обобщение отечественного и зарубежного опыта работ в области маркетинговых исследований рынка труда, организация системы мониторинга рынка труда;
- научно-методическое, нормативно-правовое, информационное обеспечение работ по разработке, внедрению и совершенствованию систем менеджмента качества профессиональных образовательных учреждений;
- осуществление координации деятельности учреждений профессионального образования, министерств, госкомитетов, ведомств и других заинтересованных сторон по созданию и совершенствованию системы мониторинга качества образования, обеспечения востребованности специалистов со средним и высшим профессиональным образованием;
- осуществление сотрудничества с работодателями, органами службы занятости республики и другими заинтересованными сторонами с целью организации мониторинга востребованности специалистов со средним и высшим профессиональным образованием для последующих улучшений в сфере их подготовки; организация работ по прогнозированию востребованности выпускников профессиональных учебных заведений;
- организация экспериментальной апробации и практического внедрения систем менеджмента каче-

ства в профессиональных образовательных учреждениях,

- выработка рекомендаций по результатам проведенной на основе мониторинга оценки качества образования и востребованности специалистов со средним и высшим профессиональным образованием с разбивкой по уровням образования и укрупненным группам специальностей;

- сбор и подготовка материалов для периодических изданий;

- проведение конференций, обучающих семинаров, курсов по всем направлениям деятельности Департамента мониторинга.

Департамент мониторинга должен осуществлять свою деятельность в соответствии с действующим законодательством и нормативными правовыми актами Российской Федерации, Республики Башкортостан.

Департамент мониторинга должен иметь право:

- привлекать для осуществления своей деятельности на договорной основе другие учреждения, организации, предприятия и физических лиц;

- планировать свою деятельность и определять перспективы развития по согласованию с Министерствами образования Республики Башкортостан и Российской Федерации, а также исходя из спроса потребителей на услуги Департамента мониторинга, в том числе в рамках договоров.

Департамент обязан:

- предоставлять в Министерства образования Республики Башкортостан и Российской Федерации сведения о состоянии качества образования и степени востребованности выпускников вузов и ссузов, осуществляющих свою деятельность на территории Республики Башкортостан;

- давать рекомендации высшим профессиональным учебным заведениям по специальностям и количеству планируемого набора абитуриентов, ориентируясь на прогнозы потребностей рынка труда;

- отчитываться о результатах деятельности перед Министерством образования Республики Башкортостан в установленные порядок и сроки.

- Департамент должен иметь прямые связи со структурами в учебных заведениях, осуществляющими маркетинговые функции.

Автор считает, что грамотно построенная скоординированная работа Департамента регионального мониторинга качества подготовки и востребованности специалистов, отделов маркетинга вузов и Министерств образования Республики Башкортостан и Российской Федерации, а также совместные целенаправленные действия всех заинтересованных сторон уже сегодня дадут положительные результаты в оптимизации подготовки специалистов в соответствии со спросом на рынке труда в повышении реальной востребованности в выпускниках.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бородин, Н. Н., Карпов, Е. Б. Экономика образования / Н. Н. Бородин, Е. Б. Карпов. Тула: ГПУ им. Л. Толстого, 1999.
2. Зиннуров, У. Г. Маркетинг в деятельности вузов: теория и методы решения / У. Г. Зиннуров. Уфа: УГАТУ, 1993.
3. Полуянов, В. Б. Теоретические основы маркетинга образовательных услуг / В. Б. Полуянов. М.: Центр АПО, 2000.