В. Г. Зарубин,
заведующий кафедрой прикладной социологии

РАБОТОДАТЕЛИ И УНИВЕРСИТЕТСКОЕ СООБЩЕСТВО: НА ПУТИ К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ ПАРТНЕРСТВУ

Социологическое сопровождение образовательной деятельности — один из инструментов стратегического управления в университетском сообществе. Его цель — создание эффективной обратной связи между всеми партнерами, заинтересованными в получении эффективных результатов педагогической деятельности. Опыт работы кафедры прикладной социологии показывает, что социологические опросы — это канал устойчивой связи между университетским сообществом и работодателями.

Наличие коммуникативного канала между университетским сообществом и региональными группами работодателей является существенным фактором обогащения образовательной деятельности. Наличие такого канала не только создает условия для обеспечения высококачественного образования, но и способствует разработке новых, востребованных общественной практикой профессионально-образовательных программ. В сущности, речь идет о возможности конструирования новых профессий и повышении качества уже существующих педагогических профессий.

В современном маркетинге общеизвестно, что успешный продукт может быть разработан на основе изучения потребностей будущих потребителей. В профессиональном образовании в России эта идея все еще является «экзотической». В инновационной практике Герценовского университета при разработке проектов федеральных образовательных стандартов данная идея была признана приоритетной.

Барьеры на пути к партнерству

В период с 2007 по 2008 г. кафедра прикладной социологии проводила комплексное исследование о содержании партнерских отношений между университетским сообществом и работодателями в процессе реализации инновационной образовательной программы. Были сформированы два экспертных сообщества. Первое включало реальный сектор общественного производства, услуг и информации: работодатели, занятые в сфере материального производства; в государственных, региональных, муниципальных органах управления, в некоммерческих и общественных организациях (политических партиях), в сфере социального обеспечения, здравоохранения, медицины; в сфере культуры, науки, образования; в сфере услуг (торговля, финансы, реклама, маркетинг, IT и др.); в средствах массовой информации. Второе сообщество представляло сектор образования и включало руководителей учреждений общего, начального профессионального и дополнительного образования.

Экспертные сообщества представляли не случайные множества специалистов, а группы работодателей, заинтересованных в долгосрочном сотрудничестве с университетом. Конструирование новой профессии, как процесс, вплетено в реальную ткань партнерства между вузом и работодателями. Это партнерство как элемент обратной связи предполагает диалогичный поиск ответов на следующие вопросы: Каким квалификационным требованиям должен отвечать будущий специалист — выпускник университета? В каких сферах общественного производства и профессиональных ситуациях выпускник будет востребован? Выживет ли выпускник в условиях конкуренции на рынке труда, в соперничестве с выпускниками прошлых лет и иных профилей?

Были обнаружены сдерживающие барьеры возможного партнерства.

Первый барьер — бытование мнения, что отношения между работодателем и вузом должны строиться в одностороннем порядке. Работодатель предстает в виде спонсора, мецената, а вуз — в роли бедного родственника или благодарного нахлебника. Результаты экспертного опроса показали, что работодатели стремятся по-иному строить партнерские отношение с вузами [1].

Работодатели в сегменте крупных и средних корпораций практически не испытывают интереса к таким формам партнерских отношений, которые ему нередко предлагает вуз — поставщик будущих специалистов.

Наименее привлекательные для работодателей формы партнерских отношений с вузом (n = 501)

Формы сотрудничества между вузом и работодателями	Данные в %
Финансирование целевой подготовки специалистов в вузе	2,8
Разработка критериев качества образования в вузе	1,9
Разработка, экспертиза образовательных программ вуза	1,4
Оказание финансовой поддержки вузу	0,4

Иными словами, работодатель стремится уйти от обременительной, затратной и подчас неблагодарной роли спонсора, но гораздо чаще готов выступить в роли партнера, прежде всего в качестве создателя базы для профессиональной подготовки будущих специалистов.

Наиболее привлекательные для работодателей формы партнерских отношений с вузом (n = 501)

Формы сотрудничества между вузом и работодателями	Данные в %
Организация производственных практик студентов	86,7
Заключение договоров на выполнение студентами исследований в рамках выпускных квалификационных работ	34,6
Участие в учебном процессе в качестве преподавателей	27,5
Участие в совместных научно-проектных разработках	25,6
Корпоративные образовательные программы на базе вуза	14,7

Важной характеристикой большинства работодателей является их сравнительно высокий интеллектуальный уровень, обладание современными знаниями и готовность на этой основе активно включиться в совместные исследования и в процесс преподавания. Однако теоретические (концептуальные) пласты профессионального знания все еще вызывают затруднения у многих руководителей в реальной экономике.

Наиболее привлекательные для работодателей формы партнерских отношений с вузом (n = 501)

Формы сотрудничества между вузом и работодателями	Данные в %
Развитие собственных образовательных структур	4,3
Разработка контрольных заданий, тестов	3,8

Таким образом, в современных условиях возникает потребность формировать в действительности новый тип отношений между вузами и работодателями, и одним из его приоритетов следует считать вовлечение последних в разработку и реализацию образовательной политики вуза.

Второй барьер — недостаточное понимание в среде работодателей тех качественных изменениях, которые происходят в высшей школе. Менеджер или бизнесмен все еще помнит,

[1] Опрос 501 работодателя проведен в Санкт-Петербурге в 2008 г., массив приближен к пропорциям отраслевой структуры занятого населения города.

как получал диплом специалиста, в то время как все более широкое распространение получает двухуровневая модель высшего образования. Пока для многих из них термины «двухуровневая система образования», «бакалавр», «магистр» — почти что из сказки про Гарри Поттера, а не из реальной жизни, что говорит о существенном запаздывании информации о модернизации высшего образования [2].

Ответы работодателей на вопрос «В какой мере понятны для вас возможности будущего работника квалификационных ступеней бакалавра, специалиста, магистра?» (n = 414, данные в процентах)

Варианты ответов	Бакалавр	Специалист	Магистр
Полностью ясны	35,6	56,5	24,1
В основном, ясны	23,7	27,0	23,6
В основном, не ясны	20,5	10,0	28,2
Полностью не ясны	9,3	2,5	11,8
Затрудняюсь ответить	10,8	4,0	12,3

Большинство работодателей представляют возможности специалистов, и лишь около половины знакомы с возможностями бакалавров и магистров. Это значит, что российский рынок труда в мегаполисе не вполне готов к переходу вузов на двухуровневую подготовку, и более привычной для него остается модель специалиста, в то время как понятия «бакалавр» и «магистр» остаются неясными спустя десятилетие с момента подписания руководителем Министерства образования Болонской декларации. Возможно, проблема состоит в установлении адекватности этих моделей специфике рабочих мест, но очевидным является и непонимание в среде работодателей концепции уровневой системы, ориентированной на усиление динамизма и гибкости подготовки кадров в реалиях рынка труда.

Третий барьер связан с сильной ориентацией вузов на подготовку выпускников по наиболее популярным в среде абитуриентов направлениям. Эта популярность часто носит стереотипный характер и неадекватна потребностям рынка труда, отчасти противоречит интересам общества, семьи, и особенно — работодателей. В ответ на запрос абитуриентов возникает известный перекос в структуре образовательных программ и контингента в пользу специальностей экономики, менеджмента, юриспруденции и информационных технологий, осложняющий структурные противоречия рынка рабочей силы.

Работодатель поднимает планку

Осенью 2009 г. на кафедре прикладной социологии был разработан инструментарий и проведено пробное (пилотажное) исследование о том, как руководители образовательных учреждений и опытные педагоги оценивают качество профессиональной подготовки выпускников Герценовского университета. Сегодня можно говорить о первых, предварительных результатах исследования.

А. Функциональные обязанности молодого педагога. Оценка по 5-балльной шкале (n = 50)

Функции	Средний балл	Ранг
Учебная	4,1	I
Связь с родителями, родственниками учащихся	3,9	II
Воспитательная	3,3	III
Организационная	3,2	IV
Методическая	3,1	V
Исследовательская	2,8	VI

[2] Анкетный опрос 414 работодателей проведен в Санкт-Петербурге в 2007 г., в их числе 212 из реального сектора, сферы услуг и информации и 202 — из образовательных учреждений.

Функции	Средний балл	Ранг
Связь с государственными органами, органами опеки, общественными организациями	2,0	VII
Административно-управленческая	1,4	VIII

По мнению экспертов, ядро функциональных обязанностей молодых специалистов составляют учебная работа и взаимодействие с родителями и родственниками учащихся. К воспитательной, организационной и методической работе выпускники подготовлены недостаточно. Уязвимыми местами профессиональной подготовки являются исследовательская деятельность, умение налаживать контакты со сторонними организациями и навыки администрирования.

Б. Профессиональные задачи, которые должны уметь решать выпускники педагогического университета

По мнению педагогов-профессионалов, выпускники университета наиболее успешно подготовлены к решению следующих задач:

Разработка методов и методик реализации учебно-воспитательного процесса	Высокая степень упоминаемости
Педагогическое сопровождение индивидуальной социализации ребенка	
Взаимодействие с образовательными партнерами (учителями, администрацией, методистами)	

Выпускники менее подготовлены к решению следующих профессиональных задач:

Разработка учебных программ и планов работы	Средняя степень упоминаемости
Реализация образовательного процесса, обеспечивающего достижение учебных целей в классе	
Реализация образовательного процесса, обеспечивающего достижение воспитательных целей в классе	
Взаимодействие с семьей как образовательным и воспитательным партнером	
Осуществление профессионального самообразования и совершенствование своей деятельности	
Эффективное использование возможностей образовательной и информационной среды	

Вызывает тревогу уровень подготовки выпускников Герценовского университета в области педагогического сопровождения индивидуальной учебной деятельности ребенка.

В. Профессиональная адаптация

Современная школа — это высокотехнологичное профессиональное учреждение. Педагогическая деятельность требует постоянных интеллектуальных и творческих усилий. В педагогических коллективах высок уровень профессиональных требований и конкуренции. Это порождает еще одну острую проблему — проблему профессиональной адаптации. Эксперты убеждены, что половину молодых специалистов ждет длительный срок вживания в педагогический коллектив, треть молодых педагогов не смогут выдержать испытание на профессиональную пригодность, но среди выпускников есть и те, их немного, для которых профессия учителя открыла свои секреты.

Специфика рынка труда заключается в изменении многих профессиональных полей и формировании новых типов занятости. Среди работодателей усиливается понимание значимости человеческого фактора. Нефть, газ и высокие технологии оказываются беспомощными перед шквалом человеческих проблем. «Как разрешить конфликты?», «Как сохранить собственное Я?», «Как строить свои отношения на работе и вне ее?». На эти вопросы Газпром и фондовый рынок не ответят. Здесь нужны специалисты другого профиля — знающие и умеющие взаимодействовать с людьми.