

да. Следствием деформирующего воздействия вне рыночных факторов на процессы реструктуризации в трудовой сфере стали: резервирование излишней рабочей силы, медленное обновление рабочих мест, недоиспользование рабочей силы при высоком ее предложении, низкая отраслевая и профессиональная мобильность кадров.

Относительно невысокий уровень официальной безработицы можно объяснить тем, что многие руководители предприятий в целях сохранения трудовых коллективов начали применять всевозможные формы неполной занятости - сокращение рабочего дня и недели, предоставление длительных неоплачиваемых отпусков. С другой же стороны, результатом этого стало накопление излишнего количества персонала, образование, так называемой, скрытой безработицы. Это приводит к постепенному снижению уровня квалификации трудового потенциала.

Еще один фактор, влияющий на официальный уровень безработицы, связан с существующей системой регистрации безработных, ограниченными возможностями повышения квалификации и переподготовки за счет средств центров занятости. Однако то или иное количество официально невостребованного трудового потенциала на начало или конец года не отражает той действительности, что происходит на рынке труда. Ежегодно увеличивается количество обратившихся в службу занятости за содействием в трудоустройстве [таблица 2]. Если учесть, что в народном хозяйстве области занято 595,5 тысяч работников, то практически 10 % из них находятся в поисках работы. Такая миграция из одного предприятия в другое, из одной отрасли в другую приводят к потере квалификации, что отрицательно сказывается на производительности и результатах труда.

На самом же деле, на мой взгляд, эта цифра еще больше. Ведь многие пытаются решить вопрос трудоустройства самостоятельно, не обращаясь в службу занятости. Это касается высококвалифицированных кадров, которых не устраивает прежнее место работы (вредные условия труда, устаревшее

оборудование, отсутствие перспектив роста, неполная занятость, невысокая заработная плата и т.д.). Такие работники, еще работая на прежнем месте, подыскивают себе новое место работы, не прибегая к помощи службы занятости и, естественно, не могут быть статистически учтены.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В связи с вышеизложенным необходимо:

1. Предприятиям и организациям провести качественный и количественный анализ состава работающих, объективно определить потребность в кадрах.
2. Наладить взаимоотношения с учебными заведениями региона в части сбалансированности потребности в кадрах на ближайшие 3 – 5 лет.
3. Старение экономически активного населения, стремительное развитие научно-технического процесса, модернизация предприятий и организаций остро ставят вопрос о необходимости существенного развития сектора обучения взрослых – последиplomного образования.
4. Система последиplomного образования должна стать основой процесса непрерывного воспроизводства профессионализма трудовых ресурсов региона, их профессиональной компетентности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Климов С.М. Интеллектуальные ресурсы организации. Общество «Знание» Санкт-Петербурга и Ленинградской области, 2000.
2. Макконел К.Р., Брю С.Л., Экономикс: принципы проблемы и политика – М., Республика, 1992. – Т2.
3. Христов Д. Подготовка профессионалов в России. Взгляд со стороны // Маркетинг, 1994, №1.
4. Статистический ежегодник «Брестская область» 1990-2004 годы.

УДК 338.26.378

Гарчук И.М.

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ЛИЧНОСТИ КАК РЕЗУЛЬТАТ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Введение

Целью данной работы является усиление внимания к компетентностно-ориентированному образованию и применению особых образовательных результатов системы высшего образования, в рамках которого знания выступают необходимым, но не достаточным условием достижения требуемого качества профессионального образования – о «профессиональной компетентности» и таких ее составляющих, как специальные профессиональные и ключевые компетенции.

Основная часть

Одной из главных целей образовательной системы в Республике Беларусь является обеспечение современного качества учебно-воспитательного процесса и профессиональной образованности населения. От повышения качества и усовершенствования структуры подготовки специалистов, от приближения ее к требованиям рынка труда, от совершенствования профессиональной компетенции во многом зависит обеспечение устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь.

Вузы осуществляют не только обучение и воспитание молодых специалистов, но и являются поставщиками образова-

тельных услуг студентам и их потенциальным работодателям. Эффективность и качество высшего образования принято измерять по показателям трудоустройства выпускников вузов, их социального самочувствия, уровню конкурентоспособности молодых специалистов на рынке труда, показателям безработицы.

На сегодняшний день ситуация с трудоустройством молодых специалистов в Республике Беларусь усложняется: значительный удельный вес выпускников среди безработных (13,9% в 2004 г., в том числе выпускников вузов – 0,74%); растущий уровень безработных с высшим образованием (в 1999 г. – 7,7%, в 2004 г. – 10,2%); возрастающее предложение выпускников высших учебных заведений на рынке труда при ограниченном спросе на них [1]. Вузы расширяют подготовку по тем специальностям, которые уже являются трудоизбыточными на белорусском рынке труда: право, экономика, управление, педагогика. В то же время сегодня именно эти специальности являются наиболее трудоизбыточными.

Современный рынок труда, основными характеристиками которого выступают гибкость, изменчивость, высокая инновационная динамика, предъявляет новые требования к соискателям рабочих мест. Среди них можно выделить:

Гарчук Инна Максимовна, ст. преподаватель кафедры управления, экономики и финансов ИПК и ПК при Брестском государственном техническом университете.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.



Рис. 1. Составляющие профессиональной компетенции

- готовность к непрерывному самообразованию и повышению профессиональной квалификации, деловым коммуникациям, действиям в неопределенных ситуациях;
- способность к принятию ответственных решений, критическому мышлению, самоуправлению поведением и деятельностью;
- навыки работы с различными источниками информации;
- эффективное поведение в конкурентной среде.

Следует отметить, что требования работодателей формулируются не только и не столько в формате «знаний» выпускников, сколько в терминах способов деятельности («умения», «способность», «готовность»). Таким образом, речь идет о «профессиональной компетентности» и таких ее составляющих, как специальные профессиональные и ключевые компетенции.

Компетентностно-ориентированное образование с середины 80-х годов начало широко распространяться во многих развитых странах мира. В различных своих модификациях оно прочно утвердилось в системах образования Австралии, Великобритании, Финляндии, Австрии, США, Канады, Нидерландов и т.д. Среди причин, побудивших правительства этих стран обратить внимание на проблему профессиональной компетентности трудоспособного населения и молодежи, можно отметить следующие:

- «давление» работодателей, предъявивших особые требования к выпускникам образовательных учреждений, как основных «заказчиков» кадров;
- необходимость повысить конкурентоспособность выпускников на рынке труда и обеспечить их адаптацию средствами эффективной профессионализации;
- создание основы для взаимопризнания профессиональных сертификатов выпускников в рамках создания единого европейского образовательного пространства.

Компетентностный подход реализован во многих странах на уровне национальных образовательных стандартов [2]. Как отмечают исследователи, системы профессионального образования подавляющего большинства развитых стран при всем их культурно-национальном разнообразии и специфике экономического развития объединяют две общие долгосрочные тенденции:

- переход к профессиональным стандартам, основанным на деятельностных результатах;
- системное описание квалификаций в терминах профессиональных компетенций.

Формирование компетенций студентов, т.е. способности применять знания в реальной жизненной ситуации, является одной из наиболее актуальных проблем современного образования. Результат обучения не может ограничиваться набором фактов или суммой приемов решения стандартных задач, но в реальности дело обстоит именно так.

Принято считать, что компетентностный подход зародился в США, и одной из первых публикаций, показывающих эту проблематику, была статья Д. МакКлелланда «Тестировать компетентность, а не интеллект», вышедшая в 1973 году [3]. Однако не в Америке, а в Великобритании концепция компетентностно-ориентированного образования с 1986 года была положена в основу национальной системы квалификационных стандартов и получила официальную поддержку правительства.

В большинстве зарубежных исследований понятие «компетенция» рассматривается не как набор способностей, знаний и умений, а как способность или готовность мобилизовать все ресурсы (организованные в систему знания и умения, навыки, способности и психические качества), необходимые для выполнения задачи на высоком уровне, адекватные конкретной ситуации, т.е. в соответствии с условиями протекания действия. Так, Б.Бергман считает компетенции профессионала важнейшим личностным ресурсом.

Профессиональная компетенция включает в себя совокупность профессиональных знаний и умений, а также способы выполнения профессиональной деятельности. Составляющие профессиональной компетенции показаны на рис. 1.

Профессиональная компетенция рассматривается как одна из составляющих профессионализма, в структуре которого выделяются достаточно разнородные и разнопорядковые показатели: профессиональная востребованность, профессиональная пригодность, профессиональная удовлетворенность, профессиональный успех.

В условиях высокой динамики современного рынка труда человек начинает сознательно избирать индивидуальную «образовательную траекторию» в соответствии со всеми интересами и образовательными потребностями. Роль и предназначение образования смещаются в сторону удовлетворения образовательных запросов людей и сопровождения их в течение всей жизни.

Производным от термина «профессиональные компетенции» выступает понятие «ключевые компетенции». Они рассматриваются как компетенции, общие для всех профессий и специальностей. Ключевыми компетенциями можно назвать такие, которыми, во-первых, должен обладать каждый член общества и которые, во-вторых, можно было бы применять в самых различных ситуациях. Это способности работника решать задачи, которые возникают перед ним в процессе профессиональной карьеры и не зависят от профессии или специальности.

Комплекс ключевых компетенций можно представить четырьмя компонентами, показанными на рис. 2.

Актуальность ключевых компетенций обусловлена функциями, которые они выполняют в жизнедеятельности каждого человека:



Рис. 2 Компоненты ключевых компетенций

- формирование у человека способности обучаться и самообучаться;
- обеспечение выпускникам, будущим работникам большей гибкости во взаимоотношениях с работодателями;
- закрепление нарастающей устойчивости в конкурентной среде обитания.

Технология проектирования ключевых компетенций как образовательного результата системы высшего образования может включать следующие этапы:

1. Определение набора ключевых компетенций. Это обуславливается согласованием интересов системы образования и внешней среды (в первую очередь, представителей индустрии, бизнеса как заказчиков профессионального образования).
2. Выбор стратегии организации процесса обучения, обеспечивающего достижение ключевых компетенций как результата системы высшего образования.
3. Распределение перечня компонентов ключевых компетенций по учебным дисциплинам в формате дополнительных образовательных результатов, достижение которых должно быть обеспечено.
4. Определение вариантов организации процесса обучения, обеспечивающего достижение ключевых компетенций как образовательных результатов. В Международном образовательном стандарте для преподавателей, зарегистрированном Международной организацией по стандартизации систем обучения IBSTRI, определены следующие 14 основных компетенций преподавателя:
 - анализировать материалы курса и информацию о студенте;
 - обеспечивать подготовку процесса обучения;
 - обеспечивать и поддерживать доверие к себе со стороны студентов;
 - управлять средой обучения;
 - демонстрировать эффективные навыки коммуникации;
 - демонстрировать эффективные навыки презентации;
 - демонстрировать эффективные навыки и методы проведения опросов;
 - отвечать соответствующим образом на потребности студентов в разъяснении или обратной связи;

- поддерживать положительные сдвиги или мотивационные стимулы;
 - использовать соответствующим образом методы обучения;
 - эффективно использовать различные дидактические средства;
 - оценивать работу студентов;
 - оценивать качество преподавания (в том числе – в формате самооценки);
 - вести учет информации об оценке компетенций студента [4].
5. Отбор из имеющихся педагогических технологий, обеспечивающих достижение запланированных результатов. Понятно, что научить ключевым компетенциям невозможно. Однако в рамках компетентностного подхода необходимо строить и заранее задавать «ситуации включения», т.е. такие учебно-профессиональные ситуации в которых студент должен самостоятельно проектировать собственные действия и отношения, принимать осознанные решения и их реализовывать.

6. Проектирование диагностических средств оценки процесса (текущий контроль) и результатов (итоговый контроль) освоения ключевых компетенций студентами.

Анализ первичных информационных источников (выборочный опрос работодателей г. Бреста, анализ газетных объявлений и других периодических изданий о вакансиях) позволяет выяснить, какие профессии наиболее часто предлагаются населению, каковы требования работодателей к качеству профессиональной подготовки трудоустраивающихся работников и т.д.

Как видно из табл. 1, основным критерием работодателей при поиске соискателей рабочих мест является опыт работы и дополнительные компетенции трудоустраивающихся.

Требования дополнительных компетенций и специальных знаний, которыми должны обладать трудоустраивающиеся, свидетельствуют о том, что в последнее время на рынке востребованным является работник, обладающий помимо опыта, квалификации по его основной специальности рядом дополнительных умений и навыков, таких как: владение компьютером, коммуникативные умения, готовность к переработке информации, самообразованию, знанию иностранных языков, бухгалтерской отчетности (табл.1). Важно отметить, что количество дополнительных требований к соискателям вакансий непрерывно растет.

Таблица 1. Требования работодателей

Требования	Степень важности
1. Квалификация	6
2. Опыт работы	8
3. Обучение	7
4. Дополнительные компетенции	10
5. Особые требования	7
6. Форма трудоустройства	6
- конкурсный отбор	9
- испытательный срок	6
- резюме	7

Таблица 2. Дополнительные компетенции

Дополнительные умения, навыки	Степень важности
1. Знание иностранных языков	5
2. Умение работать на компьютере	7
3. Готовность к профессиональному росту, переквалификации	8
4. Знание бухгалтерской отчетности	6
5. Навыки общения, работы в команде	10
6. Готовность вести информационный поиск	9

Характерно, что в качестве необходимого условия найма работодатели стали требовать предоставления резюме. Умение представить себя в «выгодном свете» (навыки самопрезентации), в том числе - в письменной форме, является важным элементом взаимодействия работника с работодателем. Число объявлений, содержащих указание на необходимость предоставления резюме, увеличивается незначительно, однако очевидно, что представление себя как работника в любой форме становится важным умением конкурентоспособного специалиста. Трудоустройство с испытательным сроком, конкурсный отбор на вакантные места, резюме содержатся как требования работодателей в объявлениях.

Требования к личным качествам персонала (ключевым компетенциям) занимает все более значительную долю в общем перечне требований к квалификации. К ним относятся ответственность, творческий подход к делу, способность работать в команде, умение расположить к себе людей. Важность наличия подобных ключевых компетенций работников оценивается работодателями даже выше, чем наличие профессиональных навыков [5].

В качестве дополнительных требований к навыкам и умениям работников все чаще предъявляются такие ключевые умения, как поиск и обработка информации, владение компьютерными навыками; способность к сотрудничеству, работе в команде, умению наладить деловые связи, презентовать себя и свою организацию; находить выход в затруднительных ситуациях, уметь поставить цель, спланировать и организовать свои действия по решению профессиональных проблем, навыки самоуправления; готовность к профессиональному росту и непрерывному самообразованию.

Заключение

Исходя из вышесказанного, можно сформировать следующий список ключевых компетенций:

1. Информационная компетенция:

- умение интерпретировать, систематизировать, критически оценивать и анализировать полученную информацию с позиции решаемой профессиональной задачи;
- умение использовать и обрабатывать полученную информацию при планировании и реализации профессиональной деятельности;
- умение представлять имеющуюся информацию в различных форматах, в соответствии с запросом потребителя информации, в том числе в виде таблиц, графиков, диаграмм и др.

2. Социально-коммуникативная компетенция:

- умение соотносить свои устремления с интересами других людей и социальных групп в процессе профессиональной деятельности;
 - умение привлекать других людей и социальные институты к решению профессионально-значимых задач;
 - умение продуктивно взаимодействовать с членами группы, решающей общую профессиональную задачу;
 - умение грамотно оформлять необходимые документы и материалы;
 - умение представлять и цивилизованно отстаивать собственную точку зрения в диалоге и публичном выступлении на основе признания разнообразия позиций и ценностей других людей и т.д.
- 3. Компетенция в решении проблем:**
- умение анализировать ситуацию;
 - умение «видеть» проблему, преобразовывать проблему в задачи;
 - навыки принятия решений;
 - умения ставить реальные и диагностические цели;
 - умение определять стратегии решения проблем и приоритетов деятельности;
 - умение анализировать ресурсы и риски в профессиональной деятельности;
 - умение планирования и организации профессиональной деятельности;
 - умение оценки результатов деятельности и их коррекции и т.д.
- 4. Способность к эффективному поведению на рынке труда:**
- умение анализировать ситуацию на рынке труда и свое место на нем;
 - умение планировать и строить свою профессиональную карьеру;
 - умение устанавливать социально-трудовые отношения;
 - умение адаптироваться на рабочем месте и др.
- 5. Предпринимательская компетенция:**
- умение подготавливать и реализовывать различные формы самозанятости;
 - умение анализировать рыночные возможности и риски открытия малого предприятия;
 - умение осваивать основные экономические роли, маркетинговую ориентацию профессионала;
 - умение адекватно оценивать собственные предпринимательские способности.

6. Способность к профессиональному росту и непрерывному самообразованию:

- умение выявлять основные дефициты своих специальных профессиональных и ключевых компетенций;
- умение грамотно формировать собственные образовательные запросы;
- умение оценивать необходимость той или иной информации (обучения) для собственного профессионального роста;
- умение осуществлять информационный поиск с использованием различных средств;
- умение извлекать информацию из источников разных видов, представленных на разнообразных носителях.

Как отмечается в документах ЮНЕСКО, «новые условия в сфере труда оказывают непосредственное воздействие на цели преподавания и подготовки в области высшего образования. Поэтому предпочтение следует отдавать предметам, которые развивают интеллектуальные способности студентов, позволяют им разумно подходить к техническим, экономическим и культурным изменениям и разнообразию, дают возможность приобретать такие качества как инициативность, дух предпринимательства и приспособляемость, а также позволяют им уверенно работать в современной производственной среде» [6].

В соответствии с вышесказанным, стратегия введения ключевых компетенций в образовательные программы предполагает, что ключевые компетенции встраиваются одновременно:

УДК 339.138:346.26

Жебрун Е.С.

НОВАЯ ФОРМА КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Введение

В результате интеграции современных инструментов коммуникации и средств обработки информации с использованием клиентоориентированного подхода предприятия во всем мире стали переходить от продажи готовых товаров к торговле на основе репутации и производства товаров с учетом конкретных пожеланий потребителей. Маркетологи ведущих компаний мира направляют средства из рекламных бюджетов на установление тесных связей с клиентами и их лояльности, которая начинает играть определяющую роль в деятельности предприятия, особенно в ситуации жесткой конкуренции и снижающейся эффективности рекламы в средствах массовой информации. Целью маркетинговых усилий становится удержание постоянных покупателей и завоевание их приверженности. Только в 2003 году в Америке на финансирование программ лояльности было израсходовано около 1 блн. долл. [1]. В свете происходящих изменений наряду с долей рынка появилось такое понятие, как маркетинг доли потребления. Данная концепция рассчитана на долгосрочную перспективу и предполагает расширение бизнеса за счет потенциала лояльных клиентов, готовых покупать больше товаров при определенных условиях, которые им необходимо создавать. Это, в первую очередь, формирование продаж, основанных на их потребностях, и повышение уровня обслуживания. Вся энергия и ресурсы компаний, использующих данный подход, направляются на достижение максимальной отдачи от каждого обслуживаемого клиента. При этом, как утверждает Фред Рейхелд, автор книги «Loyalty Rules», увеличение количества удержанных потребителей на 5% приводит к росту потребительской ценности на 75%. А как свидетельствует мировая практика, 2% сохранных покупателей соизмеримы сокращению издержек на 10% [2].

Усложняются условия деятельности малых и средних

- в процесс обучения, в течение которого они осваивают компетенции;
- в результаты обучения, достижение ожидается от студентов;
- в процедуры оценки, призванные подтвердить, что они овладели необходимыми компетенциями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь. Министерство статистики и анализа Республики Беларусь, 2005.
2. Олейникова О.Н. Европейское сотрудничество в области профессионального образования и обучения. – М.: Центр изучения проблем профессионального образования, 2004. – 70с.
3. McClelland D.C. Testing for Competence Rather Than for «Intelligence» // American Psychologist, 1973. Vol.28 №1. P. 1-14.
4. Глобализация и конвергенция образования: технологический аспект: Монография / Под общей ред. Ю.Б. Рубина. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2004. – 540 с.
5. Развитие социального партнерства и изучение рынка труда учреждениями профессионального образования: Пособие для руководителей образовательных учреждений / Под ред. С.А. Иванова, Г.В. Борисовой – СПб.: Изд-во ООО «Полиграф-С», 2003. – 176 с.
6. Реформы и развитие высшего образования: Программный документ ЮНЕСКО. – М., 1995. – 36 с.

предприятий и на отечественном рынке. Среди основных причин данной ситуации постоянно повышающаяся интенсивность конкурентной борьбы, насыщение потребительскими товарами, бурное развитие информационных технологий, рост дифференциации продукции, сокращение жизненного цикла товаров за счет постоянного процесса внедрения новинок, растущая образованность потребителей, уверенных в себе и диктующих свои условия. Все эти составляющие затрудняют продвижение товара. Традиционный маркетинг, ориентированный на привлечение новых клиентов и быстрые разовые продажи, теряет свою эффективность. Актуальность приобретает маркетинг взаимоотношений, который предполагает установление тесных связей с потребителями, что дает предприятию возможность получать полную и актуальную информацию обо всех их запросах и опираться на их предпочтения в своей деятельности.

Клиентоориентированный маркетинг на предприятиях Беларуси – результаты исследований

Для того чтобы определить, насколько широко клиентоориентированный маркетинг используется на отечественных предприятиях, мы провели опрос 280 руководителей малых и средних предприятий Брестской области, работающих в различных отраслях экономики. Результаты анкетирования показали, что только 10,3 % опрошенных усилия своих предприятий направляли на формирование лояльности потребителей, при этом во многих случаях понятие лояльности воспринимается предпринимателями как простая удовлетворенность клиентов и создание хорошей репутации своей фирмы. А основной ценностью предприятия является не столько база лояльных клиентов, сколько наличие базы выгодных клиентов и поддержание их необходимого количества. Мероприятия по завоеванию приверженности покупателей вообще не осу-

Жебрун Елена Святославовна, аспирант кафедры менеджмента Брестского государственного технического университета. Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.