

Т.В. Метляева¹
Ю.П. Мастренко²
Д.И. Раменская³

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия.

Имидж выпускника вуза как фактор формирования его компетентности на рынке труда

Затронуты вопросы о важности построения имиджа выпускника вуза. Рассматривается понятие «имидж» и его влияние на формирование компетентности будущего молодого специалиста. Особенностью данной статьи является анализ востребованности и успешности выпускников Владивостокского государственного университета экономики и сервиса на современном рынке труда. Важной тенденцией в области образования является то, что имидж выпускника начинает исследоваться с учетом оценки уровня конкуренции на рынке и с целью повышения его востребованности на рынке труда.

Ключевые слова и словосочетания: имидж, выпускник вуза, имидж выпускника, компетентность, Приморский край, успешность.

T.V. Metlyayeva
U.P. Mastrenko
D.I. Ramenskaya

Vladivostok State University of Economics and Service.
Vladivostok. Russia

The image of a graduate of high school as the factor of formation of its competence in the labor market

The article addresses the issue of the importance of a University graduate image-making. The concept 'image' and its impact on the professional competence formation are examined. The purpose of the research is to analyze the need for VSUES graduates at the existing labour market. Also, graduates' professional achievements are considered. The present-day trend in the field of education is that considerable interest is paid to the study of the University graduates' image. In this respect, the level of competition at the market is observed and taken into account in order to help young professionals to be competitive players in their field.

Keywords: image, college graduate, image of college graduate, professional integrity, Primorski region, successfulness.

¹ Метляева Татьяна Викторовна – канд. культурологии, доцент кафедры сервисных технологий; e-mail: Metlaevatv@mail.ru.

² Мастренко Юлия Петровна – выпускница кафедры дизайна и технологий ВГУЭС специальности «Социально-культурный сервис и туризм»; e-mail: mastrenko_u@mail.ru.

³ Раменская Дарья Ивановна – выпускница кафедры дизайна и технологий ВГУЭС специальности «Социально-культурный сервис и туризм»; e-mail: ramenskaya28dariya@mail.ru.

Высшее образование всегда считалось одним из важнейших критериев успешности в нашей стране и во всем мире, так как образование является важным компонентом формирования общества в целом. От уровня знаний во многом зависит успешное развитие страны в техническом, экономическом и культурном аспектах. Нестабильная экономическая ситуация в России, проводимые социально-экономические реформы привели к изменениям в сфере труда и занятости населения, что усложнило условия выхода трудоспособного населения на рынок труда. Если еще десять лет назад молодым людям, окончившим университет, для того, чтобы найти высокооплачиваемую работу, занять достойную должность, достаточно было иметь диплом о высшем образовании, то сейчас ситуация изменилась. Современный работодатель высоко ценит специалиста, компетентного в области полученной профессии, легко входящего в рабочий процесс, хорошо подготовленного в психологическом и социальном плане. Для выпускника вуза появляется необходимость обладать профессиональной компетентностью, а кроме того – индивидуальным имиджем, так как имидж является частью профессионального успеха и результатом сознательной работы.

Актуальность данной работы обусловлена утверждением о том, что построение индивидуального имиджа призвано не только обеспечить презентацию и утверждение уникальности выпускника современного вуза, но и восполнить функцию самопознания, профессионального саморазвития, самосовершенствования. Цель данной работы – исследование имиджевых характеристик выпускника вуза как фактора формирования его компетентности на рынке труда, на примере выпускников ВГУЭС.

На сегодняшний день понятие «имидж» распространено повсеместно, при этом в сознании современного человека имидж представляется как определенная ценность, от наличия и качества которой зависит жизненный успех, как и успешность любой деятельности, индивидуальной или коллективной. Большинство специалистов включают в понятие имиджа как внешность человека, определяемую его анатомическими особенностями и стилем одежды, так и практически все характеристики, доступные восприятию. Имидж выступает в качестве формируемого посредством целенаправленных профессиональных усилий образа, с целью повышения успешности определенной деятельности человека, организации или достижения субъективного психологического эффекта, символическое представление о человеке у составляющей аудиторию имиджа социальной группы [6].

Можно сказать, что имидж сегодня – аргумент для принятия множества социальных решений. Это специфический диалог на особом, закодированном языке символов, знаков, который каждый человек ведет в обществе, независимо от того, осознает он это или нет. Выпускник вуза также является личностью, полноправным членом общества и для реализации своих возможностей ему необходим правильно сформированный индивидуальный имидж. Выпускник вуза – это человек, окончивший университет и имеющий в своем арсенале навыки и качества, которые должны способствовать его успешной реализации на рынке труда.

Создание индивидуального имиджа во многом предопределяет успешность в трудоустройстве и профессиональной деятельности, что позволяет выпускнику лучшим образом проявлять личностные и деловые качества. Речь идет, прежде всего, о создании профессионального имиджа. Профессиональный имидж – это представление о человеке как о специалисте или профессионале (А.И. Коханенко) [8]. Профессиональный имидж – важная составная часть индивидуального имиджа. Профессиональные качества, навыки и умения – это результат труда человека, а соответственно и товар, обладатели которого имеют полное право его продавать.

Выпускник должен уметь представить себя с лучшей стороны, чтобы найти достойную работу, и в дальнейшем самопозиционировать себя, т.е. систематически повышать свою рыночную стоимость [7]. Кроме того, важно объединение желаний с потребностями рынка в единое целое, для взаимно выгодного результата.

Рассматривая имидж выпускника, следует выделить определенные имиджевые характеристики, то есть отличительные, характерные качества выпускника вуза. На основе типологии имиджа А.И. Коханенко (габитарный имидж, вербальный, кинетический, средовой, профессиональный, личностный) нами были выделены следующие имиджевые характеристики:

- 1 – внешний облик (соответствие месту и времени; степень ухоженности);
- 2 – интеллектуальные качества (коммуникабельность, эрудированность, творческий подход к делу, общий культурный уровень);
- 3 – кинетические проявления (поза, движения в пространстве, умение владеть своими эмоциями);
- 4 – организация среды (рабочее место, организованность, систематичность, рациональность);
- 5 – уровень специальных профессиональных знаний и умений (степень владения профессией);
- 6 – личностные качества (дружелюбие, умение работать в команде).

Уровень профессиональных знаний и умений характеризует компетентность и является стержневым критерием в формировании имиджа выпускника вуза [4]. Работодатель (потребитель) оценивает качество выпускника вуза по его пригодности к результативной (эффективной) работе. Имидж выпускника формируется во время его обучения в вузе, в процессе взаимодействия студента и преподавателя, опосредуется условиями обучения и степенью включения студента в совместную деятельность, наряду с этим важную роль также играет саморазвитие студента. Вуз формирует базис, необходимый для реализации квалификационных основ трудовой деятельности. Выпускник в результате учебной, научной и исследовательской работы обретает компетенцию профессионала, способного на повышение уровня квалификации в рамках непрерывного образования и самообразования.

Компетентность всегда проявляется в деятельности. Компетентность выпускника вуза – это проявляемая им на практике способность реализовать свой потенциал (знания, умения, опыт, личностные качества и др.) для успешной творческой деятельности в профессиональной и социальной сфере [2]. Завершив обучение в вузе, выпускник должен обладать определёнными компетенциями – профессионально

релевантными качествами, являющимися потенциалом, актуализированным в процессе осуществления профессиональной деятельности, что будет подтверждать компетентность выпускника. Термин «компетентность» употребляется для характеристики специалиста в его профессиональной деятельности, а «компетенция» обозначает базовые свойства (качества), которые делают специалиста «потенциально» компетентным [3]. Интересен и тот факт, что большинство компаний сегодня не рассчитывают на то, что полученное в вузе образование позволит молодому специалисту немедленно включиться в работу. Кроме того, дополнительное обучение и адаптация выпускника вуза расцениваются как возможность сформировать его в соответствии с собственными требованиями – привить элементы корпоративной культуры, обучить специфике работы. В такой ситуации особую роль играют готовность и способность молодых специалистов к дальнейшему обучению, а одним из наиболее важных качеств, на которое в первую очередь обращают внимание работодатели, является быстрота усвоения новых знаний, высокая обучаемость работника [1].

Следовательно, построение индивидуального профессионального имиджа для выпускника вуза является очень важной ступенью на пути к успеху. Как одно из главных условий продуктивного процесса формирования индивидуального имиджа можно выделить собственную позитивную самооценку, самоуважение, позитивное восприятие другого человека. Однако выпускник вуза – это, прежде всего, человек, обладающий всеми необходимыми знаниями в области выбранной профессии, то есть компетентный специалист, а, следовательно, востребованный на рынке труда работник. На качество получаемых знаний влияют как личностные характеристики, цели и стремления самого человека, так и учебное заведение, в котором выпускник получает необходимые знания и умения. От того, насколько современным, передовым, информационно-развитым является вуз, во многом будет зависеть качество полученного выпускником образования.

В Приморском крае насчитывается порядка 10 вузов, каждый из которых имеет свою историю и определенные приоритетные направления, по которым проводится обучение. Среди самых популярных и значимых вузов Приморья можно выделить Дальневосточный федеральный университет, который объединил в себе 4 старейших университета. Он славится своими гуманитарными науками – юриспруденция, журналистика, лингвистика и др., а также техническими и инженерными специальностями. Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского – первый в России Морской государственный университет – готовит специалистов всех профилей для морской транспортной системы по естественнонаучному, гуманитарному, техническому и морскому конвенционному направлениям. Тихоокеанский государственный медицинский университет является одним из ведущих центров медицинской науки на Дальнем Востоке по подготовке специалистов различной медицинской направленности.

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса является одним из самых передовых и современных университетов Дальнего Востока, что не раз подтверждалось самыми различными наградами, грантами и премиями,

в том числе на уровне правительства РФ. В университете последовательно выстроена непрерывная цепочка обучения от детского дошкольного учреждения до докторантуры, что гарантирует максимальный эффект и возможность получить достойное образование и стать востребованным специалистом. На данный момент в университете осуществляется более 40 образовательных программ высшего образования по всем существующим направлениям подготовки: бакалавриат (4 года обучения), специалитет (5 лет обучения) и магистратура (2 года обучения). Приоритетным направлением университета является наличие сервисных специальностей. Специалисты в области сервисных услуг сейчас достаточно востребованы на рынке труда, и эта тенденция только возрастает, так как данная сфера активно развивается.

Каждый вуз выделяет для себя приоритетные направления подготовки, по которым ведет обучение студентов, и способствует развитию отдельных профессиональных компетенций, тем не менее, общие компетенции развиваются всеми вузами в равной степени.

В рамках данной работы проводилось анкетирование «Успешный выпускник ВГУЭС», позволяющее более полно исследовать имидж выпускника вуза как фактор его востребованности на рынке труда. В исследовании приняли участие 160 выпускников ВГУЭС в возрасте от 22 до 35 лет различных направлений подготовки с 2002 по 2014 год выпуска.

На вопрос, рассматривали ли они другие вузы при поступлении, большинство респондентов ответили, что не рассматривали, а целенаправленно поступали во ВГУЭС, что позволяет говорить о том, что данный университет имеет статус престижного и надежного вуза, с хорошей инфраструктурой и, самое главное, огромной информационной базой, позволяющей получить высшее образование и стать востребованным специалистом. Респонденты, которые выбрали ВГУЭС среди других вузов, отмечают наличие высоких стипендий и хороших условий для обучения, а также уникальных специальностей и большое количество бюджетных мест.

Рассматривали ли Вы другие вузы при поступлении?

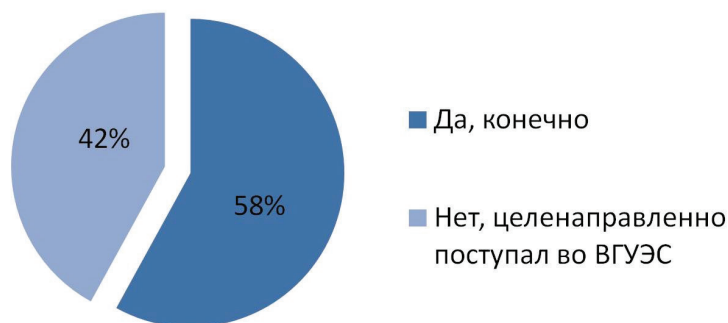


Рис. 1. Рассмотрение других вузов при поступлении

После окончания обучения в университете большинство выпускников сразу нашли работу, этому способствовало то, что многие из них начали свою практическую деятельность будучи студентами. Не все выпускники нашли работу по специальности, но смогли реализовать свой потенциал в других направлениях профессиональной сферы.

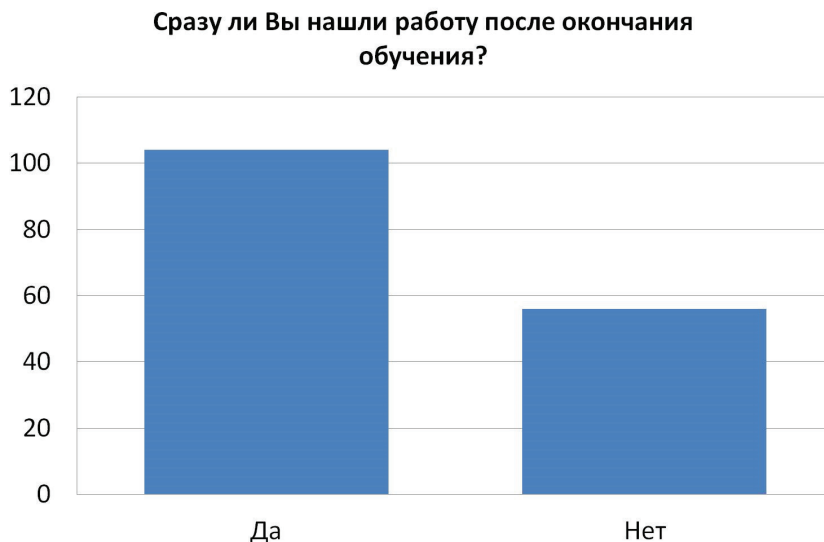


Рис. 2. Результаты поиска работы

На вопрос о том, что повлияло на выбор профессиональной сферы, большинство выпускников выделяли личное стремление и обстоятельства. Практически в равной степени на выбор работы повлияли полученная специальность, материальная заинтересованность и возможность карьерного роста.



Рис. 3. Факторы, повлиявшие на выбор профессиональной сферы

Респондентам также было предложено перечислить пять наиболее важных характеристик, играющих роль при приеме на работу. Среди полученных ответов были выделены 10 наиболее часто встречаемых.



Рис. 4. Характеристики выпускника, играющие роль при приеме на работу

Большинство из этих позиций повторяют или дополняют те имиджевые характеристики, которые были выделены в начале данной работы, что подтверждает их объективность и жизнеспособность на практике.

Все опрошенные выпускники в данный момент трудоустроены, некоторые имеют собственный бизнес, многие занимают руководящие должности. Но прежде, чем прийти к этому, все прошли определенные ступени своей карьеры, попробовали себя в различных видах деятельности. Практически все выпускники смогли стать успешными людьми после окончания университета за достаточно короткое время, этому во многом способствовали: выбор перспективного инновационного вуза, правильный выбор профессии, целеустремленность, активная жизненная позиция, саморазвитие, желание учиться и получать знания.

Наличие диплома о профобразовании является практически абсолютным требованием при приеме на любую руководящую должность, а также на место специалиста функциональной службы, однако ключевую роль в «общепринятых» правилах приема работников играют процедуры «личной» оценки работодателем кандидата.

В ходе изучения запросов российских работодателей в рекрутинговые агентства было проведено исследование их отношения к ситуации, когда уровень образования работника оказывается выше необходимого для выполнения предлагаемой работы.

В результате исследования было выявлено, что более 70% руководителей заинтересованы в найме таких претендентов [1]. Они ценят в них достаточно большой творческий потенциал, способности быстро обучиться новому, более эффективно выполнять обязанности и вписаться в сложившийся коллектив. Несмотря на то, что такие работники, с большой степенью вероятности, будут стремиться к лучшему месту работы и лучшему способу реализации, большинство руководителей готовы идти на такой риск.

Не следует также забывать такой базовый невоспроизводимый ресурс фирмы, как управленческая квалификация [1]. Если практически все остальные ресурсы (физические активы, кодифицируемое знание, индивидуальный человеческий и социальный капитал) могут быть транслированы из одной фирмы в другую, из одного институционального окружения в другое, то транслируемость неcodифицируемого организационно-специфического знания очень низка [5]. Отсюда вытекает, по крайней мере, некорректность требований о том, чтобы выпускники сразу же после завершения вуза полностью соответствовали предъявляемым требованиям, условиям деятельности предприятий. Тем не менее, заинтересованность выпускника вуза своим трудоустройством, востребованностью на рынке труда подводит его к необходимости работы над своим имиджем, несмотря на то, что он может не осознаваться ими как таковой. Каждый такой выпускник пытается развить в себе недостающие имиджевые характеристики, называя их другими понятиями: личностные качества, условия востребованности. Необходимость развития и усовершенствования перечисленных имиджевых характеристик для выпускника вуза была подтверждена практическим исследованием.

На основании анализа полученных данных, можно сделать следующий вывод: имидж является важной составляющей при характеристике выпускника как компетентного специалиста. Навыки и умения хорошего грамотного специалиста приобретаются в процессе учебы, различной творческой деятельности, при участии в жизни своего университета, города, края. Успех выпускников непосредственно связан также с успешностью вуза. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса является передовым вузом по внедрению различных инновационных подходов, применению самых современных технологий. Миссия ВГУЭС – приносить пользу обществу. Университет может гордиться уникальной научной базой. Выпускники ВГУЭС имеют репутацию наиболее успешных специалистов в плане карьерного роста, их отличает высокий уровень профессиональных знаний, умений и навыков, хорошие знания английского языка и компьютерных технологий, основ ведения бизнеса, а кроме того – самостоятельность, лидерские качества, коммуникабельность, социальная активность и ответственность.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что во время быстро развивающихся технологий, нестабильной экономики успеха способны добиться люди, которые могут быстро приспосабливаться к новым условиям, обладающие ярко выраженной индивидуальной позицией и профессиональной компетентностью, имеющие грамотно сформированный индивидуальный имидж.

1. Бондаренко, Н.В. Спрос на рабочую силу – мнение работодателей / Н.В. Бондаренко, М.Д. Красильникова, К.А. Харламов. – М.: ГУ-ВШЭ. – 2006. – С. 64.
2. Витвицкая, Л.А. Компетентностный подход в университетском образовании / Л.А. Витвицкая // Педагогические науки. – 2011. – №2. – С. 176–180.
3. Гаврилюк, В.В. Компетентностный подход в профессиональном образовании / В.В. Гаврилюк, Г.Г. Сорокин // Образование и общество. – 2006. – №3. – С. 46–52.
4. Зимняя, И.А. Единая социально-профессиональная компетентность выпускника университета: понятие, подходы к формированию и оценке / И.А. Зимняя // Высшее образование сегодня. – 2009. – №4. – С. 21–25.
5. Когут, Б. Знания фирмы, комбинационные способности и репликация технологий / Б. Когут, У. Зандер // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Т. 2. – №1. – С. 121–140.
6. Мещеряков Б.Г. Большой психологический словарь / Б.Г.Мещеряков, В.П.Зинченко. – СПб: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – С. 672.
7. Сапрыко, И.А. Индивидуальный имидж выпускника как элемент компетентностного специалиста / И.А. Сапрыко // Педагогическое проектирование. – 2012. – №17. – С. 91–95.
8. Ушакова, Н.В. Имиджелогия: учеб. пособие / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. – 2-е изд., исправл. – М.: Дашков и К, 2011. – С. 280.

© Метляева, Т.В., 2015

© Мастренко, Ю.П., 2015

© Раменская, Д.И., 2015

Для цитирования: Метляева, Т.В. Имидж выпускника вуза как фактор формирования его компетентности на рынке труда / Т.В. Метляева, Ю.П. Мастренко, Д.И. Раменская // «Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса». – 2015; №4. – С. 189–197.

For citation: Metlyaeva, T.V. The image of a graduate of high school as the factor of formation of its competence in the labor market / Metlyaeva T.V., Mastrenko U.P., Ramenskaya D.I. // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2015; №4. – P. 189–197.