

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные аспекты управления персоналом в вузах в условиях предоставления академической свободы. Высшие учебные заведения под влиянием меняющихся условий на рынке труда, рынке образовательных услуг все больше применяют клиентоориентированный подход как наиболее рациональный и ситуационный. Такой подход позволяет максимально заботиться об удовлетворении потребностей клиентов и направлен на построение с ними долгосрочных отношений, а также влияет на все аспекты жизни высшего учебного заведения, включая корпоративную культуру и создание имиджа. В связи с этим у руководства вуза возникает необходимость в формировании клиентоориентированного поведения персонала. Для этого уже на стадии отбора необходимо видеть, какой человек приходит работать в университет, выявить его готовность ориентироваться на нужды и потребности работодателей, студентов и их родителей и его качества, соответствующие ценностям и принципам вуза. Изменения в сфере высшего образования позволяют рассматривать современный этап работы с персоналом как новый этап, в условиях которого будут отрабатываться новые подходы к управлению персоналом в вузах, способствующие повышению креативности труда, проявляющейся в инновационных способностях персонала, в эффективном управлении им и саморегулировании; усилению тенденций к командной работе в научно-исследовательском и учебно-методическом направлениях.

Ключевые слова: управление, процессный менеджмент, академическая свобода, персонал, клиентоориентированность, образовательные услуги.

В парадигме управления организациями высшего образования происходит смена культуры стабильности и фундаментальности на культуру изменений (как необходимость адаптации к быстроменяющемуся рынку рабочей силы): функциональный подход к менеджменту меняется на процессный, клиентоориентированный, материальные задачи – на креативные.

Высшие учебные заведения под влиянием меняющихся условий на рынке труда, рынке образовательных услуг все больше применяют клиентоориентированный подход как наиболее рациональный и ситуационный. Такой подход позволяет максимально заботиться об удовлетворении потребностей клиентов и направлен на построение с ними долгосрочных отношений. Этот подход влияет на все аспекты жизни высшего учебного заведения, включая корпоративную культуру и создание имиджа.

В связи с этим у руководства вуза возникает необходимость в формировании клиентоориентированного поведения персонала. Для этого уже на стадии отбора необходимо видеть, какой человек приходит работать в университет, определить его готовность ориентироваться на нужды и потребности работодателей, студентов и их родителей, выявить у него качества, соответствующие ценностям и принципам вуза.

В научных источниках выделяют следующие составляющие клиентоориентированности персонала [1, с. 14]:

- ♦ сервисная – предполагает, что сотрудник вуза знает установленные качественные параметры образовательной услуги, компетенции преподаваемых дисциплин, практическую применимость образовательных программ на рынке труда в настоящем и обозримом будущем;
- ♦ эстетическая – преподавательский состав знает и соблюдает стандарты внешнего вида, обстановки на рабочем месте и др.;
- ♦ этическая – включает в себя вежливость, стабильность и компетентность взаимодействия.

Для вузов Казахстана все более актуальным становится применение маркетинга персонала. Маркетинг персонала (personal marketing) – вид управленческой деятельности, направленный на определение и удовлетворение потребности организации в персонале.

Маркетинг персонала в широком смысле – философия и стратегия управления человеческими ресурсами. При этом персонал рассматривается в качестве внешних и внутренних клиентов фирмы.

Маркетинг персонала в узком смысле – особая функция службы управления персоналом, включающая в себя анализ внешних и внутренних факторов, определяющих направления маркетинговой деятельности, а также разработку и реализацию мероприятий по направлениям маркетинга персонала [2].

Основными составляющими маркетинга персонала в вузах, на наш взгляд, являются:

- ♦ разработка качественных требований к персоналу – повышение квалификации, публикации в рейтинговых казахстанских и международных изданиях, стажировки и др.;
- ♦ определение количественной и качественной потребности в персонале;
- ♦ расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала – затраты на обучение ППС, финансирование подготовки кадров в магистратуре и докторантуре, стажировки, стимулирование научных исследований; капитальные инвестиции по оборудованию новых учебных аудиторий и переоснащению существующих, вложение средств в дополнительное строительство и оснащение объектов социальной инфраструктуры, учебных подразделений;
- ♦ выбор путей покрытия потребности в персонале – приглашение известных отечественных и зарубежных ученых;
- ♦ деловая оценка персонала – разработка методики оценки эффективности ППС и ее применение;
- ♦ анализ и контроль эффективности распределения ППС вуза по должностным позициям.

Основными предпосылками маркетинга персонала следует считать организационную структуру управления, состояние кадрового потенциала организации, наличие вакансий в штатном расписании, фирменный стиль управления.

В связи с этим можно сделать вывод, что возрастание роли маркетинга персонала обусловлено необходимостью взаимодействия между рынками (рабочих мест, покупателей рабочей силы и самой рабочей силы); потребностью внутреннего кадрового регулирования и рационального использования потенциала кадров.

Для успешного формирования и выполнения планов по маркетингу персонала необходимо, чтобы кадровая служба вуза была наделена функциями планирования, организации, координации, стимулирования, контроля, участия в выработке кадровой политики. Лишь в этом случае возможно комплексное решение не только вопросов кадрового обеспечения компании, но и главной цели кадровой службы в новых экономических условиях – соединить цели развития производства с потребностями работников, реализующих эти цели; сбалансировать стратегию развития фирмы и занятых на ней кадров, обеспечив эффективную занятость и укрепление своей конкурентоспособности [3, 4].

Согласно стандартам менеджмента качества (ИСО 9001:2000 и 9004) для реализации поставленных целей и стимулирования нововведений организация должна способствовать вовлечению персонала посредством:

- ♦ определения необходимого уровня компетенции для каждого вида деятельности и (или) процесса;
- ♦ отбора, профессиональной подготовки и планирования служебного роста;
- ♦ определения полномочий и ответственности;
- ♦ определения групповых и личных целей и задач, обеспечения их реализации и оценки результатов;
- ♦ привлечения к определению целей и принятию решений;
- ♦ признания достижений и наград;
- ♦ создания условий для открытых двусторонних отношений посредством постоянного анализа потребностей персонала;
- ♦ создания условий, способствующих нововведениям;
- ♦ обеспечения эффективной командной работы;
- ♦ использования информационных технологий для эффективного обмена мнениями и предложениями;
- ♦ оценки и обеспечения удовлетворенности персонала;
- ♦ изучения причин увольнения работников по собственному желанию [5].

Понятие эффективности, применяемое к результатам работы персонала, сегодня часто связывают с введением системы управления профессиональными компетенциями работников, иначе говоря, системы управления накопленными сотрудниками знаниями и опытом. Управление компетенциями – это совокупность действий, направленная на приобретение сотрудниками необходимого уровня знаний и опыта, полномочий, прав и обязанностей в соответствии с потребностями организации, может осуществляться как на уровне компании, так и на уровне отдельной личности [1, с. 108].

- ♦ В вузах, как и в любых других организациях, чтобы выстроить эффективную систему развития и поддержки профессиональных компетенций персонала, необходимо: оценить профессиональный уровень ППС через применение разработанной методики оценки персонала, а также через проведение анкетирования студентов;

- ♦ провести анализ результатов исследования и установить связь между профессиональными компетенциями ППС и индивидуальной результативностью (проведение научно-исследовательской работы, количество и качество публикаций, проведение методической работы);

- ♦ разработать и внедрить программы развития знаний, умений, навыков и профессионально важных качеств;

- ♦ осуществлять мониторинг изменений.

Казахстан в настоящее время продолжает интегрироваться в мировое образовательное пространство, основой которого является академическая свобода вузов. Высокие международные рейтинги получают университеты, имеющие высокий уровень академической свободы. Заявление, опубликованное профессорами Кейптаунского университета в ЮАР и прозвучавшее в знаменитом решении Верховного суда в США в 1957 г., гласит: «Каждый университет несет ответственность за создание такой атмосферы, которая будет наиболее полно содействовать развитию научной мысли, эксперименту и творчеству. Эта атмосфера, в которой преобладают «четыре неотъемлемые свободы» университета – самому определять согласно академическим стандартам, кто может преподавать, что может преподаваться, какими методами и кого можно допустить к обучению».

Правительство приняло законопроект «О внесении изменений в некоторые законодательные акты по вопросам расширения академической и управленческой самостоятельности высших учебных заведений». Суть академической свободы – право ППС самому определять содержание читаемых курсов, право студентов выбирать курсы дисциплин по своему усмотрению [6].

После внесения изменений и дополнений в нормативно-правовые акты казахстанские организации высшего образования получают возможность на законных основаниях учреждать эндаумент-фонды, которые в долгосрочной перспективе станут надежным дополнительным источником финансирования, окажут положительное влияние не только на развитие собственно данной организации, но также будут способствовать активизации научно-исследовательской, педагогической деятельности.

Такие радикальные изменения в сфере высшего образования позволяют рассматривать современный этап работы с персоналом как новый этап, в условиях которого будут отрабатываться новые подходы к управлению персоналом в вузах:

- ♦ повышение креативности труда, проявляющейся в инновационных способностях персонала, в эффективном управлении им, саморегулировании;

- ♦ рост личностного потенциала в результате проясненности общеорганизационной, командной и личностной целей;

- ♦ усиление тенденций к командной работе в научно-исследовательском и учебно-методическом направлениях.

Такие подходы позволяют с уверенностью говорить о повышении мотивации ППС, когда преподаватель следует академическим стандартам, прикладывает усилия к качественному преподаванию и научным исследованиям, в то время как руководство вуза создает условия для роста академического вознаграждения, обеспечивая гарантированное минимальное вознаграждение, свободу выбора деятельности, мягкий контроль, возможности для развития и инвестиций в собственный человеческий капитал, подбор сильной исследовательской команды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Одегов Ю.Г., Абдурахманов К.Х., Котова Л.Р. Оценка эффективности работы с персоналом. – М.: Альфа-Пресс, 2011. – 744 с.
- 2 Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учеб. пособие. Гриф УМО вузов России. – М.: Инфра-М, 2018. – 213 с.
- 3 Макарова И.К. Управление человеческими ресурсами: пять уроков эффективного HR-менеджмента. – М.: Дело 2007. – 168 с.
- 4 Томилов В.В., Семеркова Л.Н. Маркетинг рабочей силы: <http://www.marketing.spb.ru/read/m6/index.htm> 24.04. 2010.
- 5 Управление персоналом: требования систем менеджмента качества: <http://www.findjob.ru/7tid-212317.html>.
- 6 Иванилова А. Академическая свобода: <http://www.np.kz/hotnewstop/>.
- 7 Кузьминов Я.И., Юдкевич М.М. Академическая свобода и стандарты поведения: <https://www.hse.ru/pubs/share/>. Научно-исследовательский университет – Высшая школа экономики.

Аңдатпа

Жазылған мақалада академиялық еркіндік беру жағдайында жоғары оқу орындарында персоналды басқарудың негізгі аспектілері қарастырылады. Жоғары білім беру мекемелері еңбек нарығындағы өзгерген жағдайлардың әсерінен білім беру қызметтерінің нарығын рационалдық және ситуациялық ретінде клиенттерге бағытталған әдісті жиі пайдаланады. Аталған тәсіл клиенттердің қажеттіліктерін барынша қанағаттандыруға мүмкіндік береді және олармен ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнатуға бағытталған. Мұның бәрі жоғары оқу орны өмірінің барлық салаларына, оның ішінде корпоративтік мәдениет пен имиджді қалыптастыруға әсер етеді. Осыған байланысты жоғары оқу орнының басшылығы персоналдың клиентке бағдарланған мінез-құлқын қалыптастыру қажеттілігіне бет бұрып отыр. Бұл үшін іріктеу кезеңінде университетте жұмыс істейтін адамның жұмыс берушілердің, студенттердің және олардың ата-аналарының қажеттіліктерін қанағаттандыруға дайын екендігін көрсетуі, оның ішінде университеттің құндылықтары мен қағидаларына сәйкес келетін қасиеттерді анықтау. Жоғары білім саласындағы өзгерістер персоналмен жұмыс жасаудың қазіргі кезеңін жаңа кезең ретінде қарастыруға мүмкіндік береді және жоғары оқу орындарында персоналды басқарудың жаңа тәсілдері әзірленетін болады, персоналдың инновациялық қабілетін көрсете отырып, оны тиімді басқару, өзін-өзі реттеуі, ғылыми-әдістемелік және оқу-әдістемелік бағыттар бойынша командалық жұмыстың үрдістерін күшейтуге мүмкіндік береді.

Тірек сөздер: басқару, үдерістік менеджмент, академиялық еркіндік, персонал, клиентке бағдарлау, білім беру қызметтері.

Abstract

This article examines main aspects of personnel management in universities in conditions of academic freedom. Higher educational institutions, under the influence of changing conditions in the labor market and the market of educational services, are increasingly using the client-oriented approach, as the most rational and situational one. This approach allows to take utter care of meeting the needs of customers and is aimed at building long-term relationships with them. This approach affects all aspects of life of a higher education institution, including corporate culture and image creation. In this regard, the leadership of the university feels the need to encourage a client-centered behavior in staff. To do this, it is necessary to see at the selection stage what kind of person comes to work to the university, eagerness to focus on the needs of employers, students and their parents; to reveal the qualities that correspond to the values and principles of the university. Changes in the sphere of higher education allow to consider the current stage of cooperation with personnel as a new stage, in the context of which new approaches to personnel management in universities will be developed, increased creativity of labor, manifested in the innovative abilities of personnel, in its effective management, self-regulation, and strengthening the tendencies towards teamwork in research and teaching and methodical areas.

Key words: management, process management, academic freedom, personnel, client-oriented approach, educational services.