

УДК 378.1

***ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ ПРИ РЕШЕНИИ
ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА КЛЮЧЕВОГО РАБОТОДАТЕЛЯ***

Василенко В.А.,

магистрант,

ФГБОУ ВО НИУ «МЭИ»,

Москва, Россия

Абрамова Е.Ю.,

к.э.н., доцент кафедры «Экономики в энергетике и промышленности»,

ФГБОУ ВО НИУ «МЭИ»,

Москва, Россия

Аннотация: в статье рассмотрена проблема выбора ключевого работодателя при разработке образовательных программ ВУЗом. Разработана система критериев с применением метода анализа иерархий, позволяющая выделить целевой сегмент рынка труда для дальнейшего взаимодействия с ним. Также выделена шкала критериев для оценки компетентности экспертов – преподавателей кафедры в вопросе выбора целевого сегмента.

Ключевые слова: ключевой работодатель, сегментация рынка труда, рынок выпускников.

***APPLICATION OF THE ANALYTIC HIERARCHY PROCESS IN SOLVING
THE PROBLEM OF SELECTION OF A KEY EMPLOYER***

Vasilenko V.A.,

undergraduate,

*NRU «MPEI»,
Moscow, Russia*

Abramova E. U.,

*PhD, Associate Professor of the Department of «Economics in Energy and Industry»,
NRU «MPEI»,
Moscow, Russia*

Annotation: the article deals with the problem of choosing a key employer in the development of educational programs by the University. The system of criteria using the method of analysis of hierarchies, allowing to select the target segment of the labor market for further interaction with him. Also, the scale of criteria for assessing the competence of experts-teachers of the Department in the selection of the target segment.

Keywords: key employer, segmentation of labor market, graduates market.

Актуализация федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО 3++) с 01.09.2018 г. вызывает необходимость корректировки ВУЗом существующей матрицы компетенций выпускника, а также пересмотра образовательных программ по направлениям подготовки. При разработке образовательной программы по определенной направленности необходимо опираться на существующие профессиональные стандарты и, в случае их отсутствия, на анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников [1].

В целях совершенствования образовательной программы, а также повышения конкурентоспособности молодых специалистов рекомендуется привлекать потенциальных работодателей и их объединений к учебному

процессу как на стадии разработки самой программы, так и на стадии итоговой аттестации обучающихся. Это позволит оценить качество образовательной деятельности и уровень соответствия подготовки выпускников требованиям профессиональных стандартов, а также требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

В связи с этим для ВУЗа становится актуальной проблема выбора ключевого работодателя для дальнейшего сотрудничества. Ключевым работодателем является организация - представитель целевого сегмента рынка труда (ЦСРТ). Выбор целевого сегмента (ЦС) осуществляется исходя из выбранного направления подготовки и специфики учебного заведения. Точное выделение целевого рынка труда позволит выявить потребности его представителей в кадрах и сформулировать требования к выпускнику, обеспечивающие востребованность молодого специалиста на данном сегменте.

Применение метода анализа иерархий (МАИ) при решении задачи выбора целевого сегмента позволяет учесть наибольшее количество факторов, влияющих на принятие решений и уменьшить количество допущений, поскольку включает в себя элементы количественной и качественной оценки. А представление рассматриваемой задачи в виде иерархической структуры – воспринимать информацию в полном объеме и тем самым упростить принимаемое решение [2].

Рассмотрим применение метода анализа иерархий на примере выбора ключевого работодателя по направлению подготовки «Экономика» в НИУ «МЭИ». Ниже предложена модель «Система критериев по выделению целевого сегмента рынка труда», представляющая собой пятиуровневую иерархическую структуру (рис. 1). С помощью процедуры попарного сравнения элементов каждого уровня рассматриваемой модели возможно выявление наиболее предпочтительных сегментов рынка труда для дальнейшего взаимодействия с ними через ключевого работодателя.

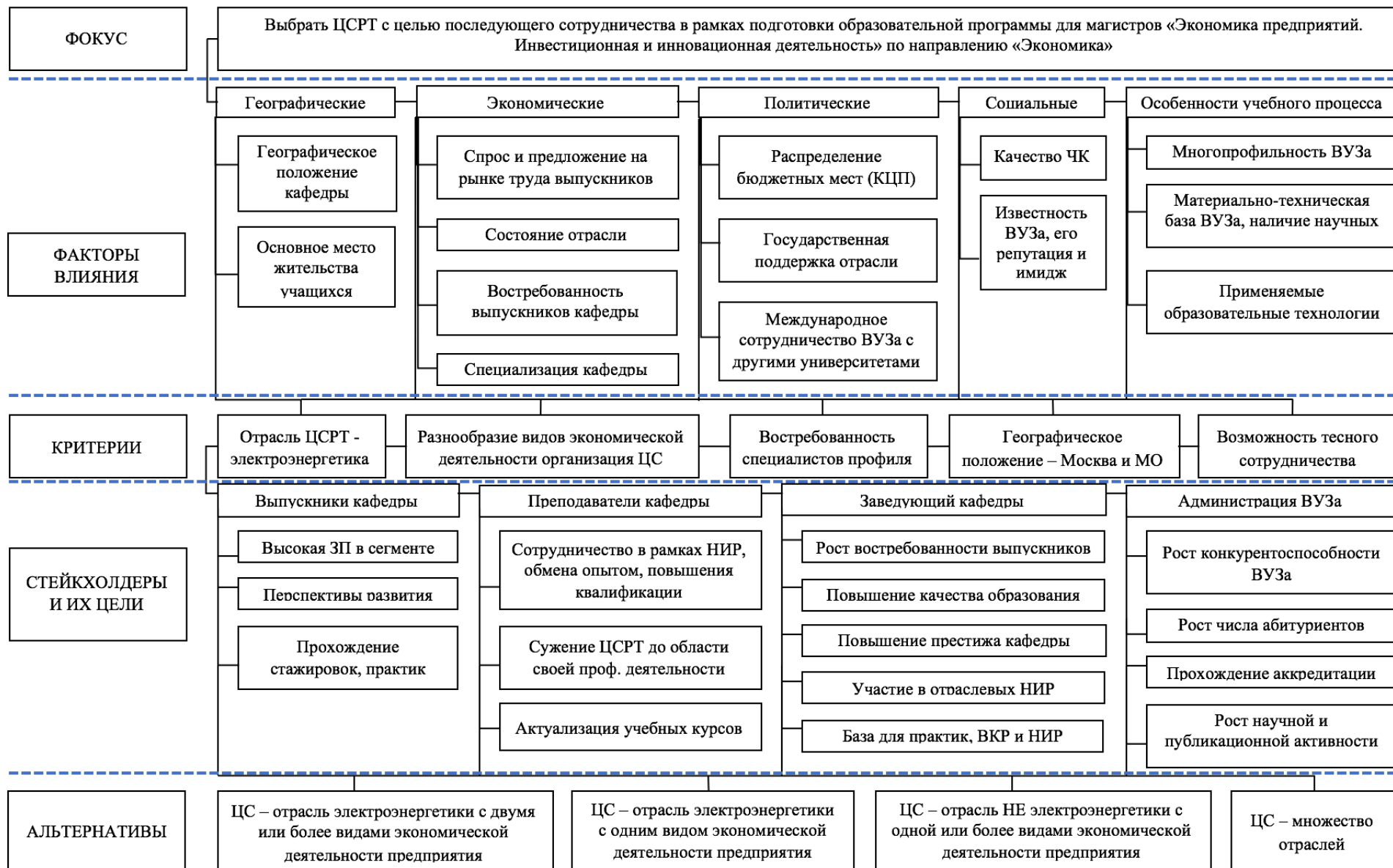


Рис. 1 – Система критериев по выделению целевого сегмента рынка труда

При построении данной модели были приняты следующие допущения:

1. Рынок труда рассматривается как рынок выпускников - совокупность потенциальных покупателей-работодателей со своими потребностями и выпускников (продавцов), предлагающих удовлетворение этих потребностей. В результате взаимодействия продавцов и покупателей устанавливается спрос, предложение и уровень цены труда этого рынка [3].

2. Тип выпускника – магистр по направлению «Экономика», обучающийся по магистерской программе «Экономика предприятий. Инвестиционная и инновационная деятельность».

Модель состоит из 5 уровней:

1 уровень – фокус иерархии – проблема, требующая решение. Перед экспертами стоит задача – выбрать целевой сегмент рынка труда (ЦСРТ) для дальнейшего взаимодействия ВУЗа (НИУ «МЭИ») с ключевым работодателем, являющимся представителем выбранного сегмента.

2 уровень – факторы, влияющие на выбор ключевого работодателя. Данный уровень представлен следующими группами факторов: географические, экономические, политические, социальные, особенности учебного процесса.

3 уровень – критерии принятия решений.

Исходя из факторов влияния были выделены следующие критерии, по которым осуществляется выбор целевого сегмента:

1. Отрасль народного хозяйства целевого сегмента – электроэнергетика.

2. Географическое положение целевого сегмента – г. Москва и Московская область.

3. Широта сегмента, характеризующаяся разнообразием видов экономической деятельности организаций целевого сегмента.

4. Востребованность специалистов профиля в целевом сегменте. Востребованность характеризуется потребностью сегмента рынка труда в специалистах направления «Экономика», профиля «Экономика предприятий, Инвестиционная и инновационная деятельность».

5. Возможность тесного сотрудничества с организациями целевого сегмента с целью повышения престижа кафедры, повышения качества образовательного процесса и развития научных исследований.

4 уровень – определение основных стейкхолдеров, мнение которых может повлиять на принимаемое решение, и их целей.

Выделено четыре группы стейкхолдеров, которые могли бы повлиять на выбор целевого сегмента, и их цели.

1) Студенты выпускных курсов кафедры.

- Высокая заработная плата (ЗП) в целевом сегменте.
- Наличие перспектив развития в компаниях целевого сегмента, карьерного роста.
- Возможность в процессе обучения прохождения стажировок, практик в компаниях целевого сегмента с целью успешного написания учебных работ, проведения научных исследований и дальнейшего трудоустройства.

2) Преподаватели кафедры

- Возможность сотрудничества с ключевым работодателем в рамках написания научных работ, получения дополнительного опыта, повышения квалификации.
- Сужение сегмента рынка труда до области профессиональной деятельности преподавателя. Данный критерий объясняется приоритетностью для преподавателя – специалиста определенного профиля выбора ключевого работодателя, который нуждается в специалистах такого же профиля. Это связано с желанием преподавателя развиваться в той же направленности, что и ранее.

- Актуализация учебных курсов.

3) Заведующий кафедры.

- Повышение востребованности выпускников кафедры согласно ее специализации – в электроэнергетике.

- Возможность вовлечения ключевого работодателя в образовательный процесс для повышения качества образования. Привлечение работодателя при написании учебных планов и аттестации учащихся.

- Повышение престижа кафедры. Престиж кафедры во многом зависит от востребованности ее выпускников на рынке труда, а также от сотрудничества с известными компаниями.

- Участие в отраслевых НИР.

- Наличие базы прохождения производственных практик для студентов, тематик выпускных квалификационных работ (ВКР) и НИР.

4) Администрация ВУЗа.

- Повышение конкурентоспособности ВУЗа.

- Увеличение числа абитуриентов.

- Успешное прохождение аккредитации.

- Рост научной и публикационной активности сотрудников.

5 уровень – возможные альтернативы при принятии решений – целевые сегменты рынка труда.

1. ЦС – отрасль электроэнергетики с двумя или более видами экономической деятельности предприятия.

2. ЦС – отрасль электроэнергетики с одним видом экономической деятельности предприятия.

3. ЦС – отрасль НЕ электроэнергетики с одной или более видами экономической деятельности предприятия.

4. ЦС – множество отраслей.

В качестве экспертов выступают преподаватели кафедры, формирующие содержание учебных дисциплин образовательных программ и непосредственно участвующие в реализации конкретной образовательной программы. Результатом индивидуального анкетирования экспертов будет являться совокупность оценок относительной важности, назначенных каждому из сравниваемых объектов. Для перехода от индивидуальных оценок к групповой, выражающей единое мнение кафедры в отношении выбираемого сегмента рынка

труда, необходимо учесть не только согласованность мнений экспертов (посредством статистических показателей – коэффициентов вариации, конкордации и проч.), но и оценить степень важности (компетентности) мнения каждого эксперта. Для оценки компетентности эксперта в вопросе выбора ключевого работодателя предложена следующая шкала критериев (таблица 1).

Таблица 1 – Шкала критериев

Критерий	Степень влияния критерия
1. Трудовой стаж	
До 3 лет	0,1
От 3 до 5 лет	0,2
Более 5 лет	0,3
2. Ученая степень	
Доктор наук	0,5
Кандидат наук	0,4
Ученая степень отсутствует	0,2
3. Участие во внешних НИР	
Да	0,2
Нет	0,1

Каждому критерию присваивается своя степень влияния, по которой и оценивается степень компетентности того или иного эксперта. Максимальное значение показателя компетентности равно единице (при этом эксперт – преподаватель, доктор наук с трудовым стажем более 5 лет, принимающий участие во внешних научных исследовательских работах (НИР), минимальное значение показателя компетентности равно 0,4.

Представленная модель позволит:

1. Выделить целевые рынки труда, на которые будет установлен дальнейший ориентир при подготовке молодых специалистов ВУЗом.

2. Решить проблему выбора ключевого работодателя – представителя целевого сегмента рынка труда для дальнейшего сотрудничества в рамках подготовки управленческих кадров. Выявить целесообразность подготовки выпускников для узкого сегмента рынка.

3. Решить проблему согласованности мнений группы экспертов, участвующих в принятии решения по выбору ключевого работодателя.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статьи 11 и 73 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 02.05.2015 г. № 122-ФЗ.
2. Т. Саати «Принятие решений. Метод анализа иерархий». М., «Радио и связь», 1993 г – С. 36-37.
3. Абрамова Е.Ю. Подход к разработке модели востребованного выпускника на основе сегментирования рынка труда // Инновации в менеджменте. 2016. No2 (8) – С.15-17.
4. Официальный сайт НИУ «МЭИ». [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <https://mpei.ru/>.