

При этом резко усложняется работа преподавателя, который должен подготовить студентов, не изучавших черчение до вуза, пришедших в вуз безо всякого конкурса, контрактников, осознающих свою «непотопляемость», при посещаемости занятий 30 - 70% (относится ко всей массе студентов нашей кафедры), закрывается дорога в вуз конструкторам и инженерам с производства. Последние не могут понять, что полученные в вузе компетенции на основе ответов при интернет-тестировании по геометрическим дисциплинам, сопромату, деталям машин позволяют выпускнику сразу включиться в активную работу конструктором, технологом, исследователем в области техники.

Если и раньше выпускники УГЛТУ неохотно шли на преподавательскую работу, на нашу кафедру (работа в рамках расписания, трудность с хоздоговорной тематикой, практическая невозможность привлечения первокурсника к НИР, туманная перспектива получения ученой степени и ученого звания и др.), то в последние годы мы не смогли привлечь в наши ряды ни одного молодого специалиста. Работавшие после окончания аспирантуры на должности зав. лабораторией трое молодых специалистов доработали диссертации, защитили их и ушли на другие кафедры.

### *Библиографический список*

1. Попцова Т.Ю., Зорина Э.М. Принципы педагогического контроля результатов обучения // Совершенствование подготовки учащихся и студентов в области графики, конструирования и стандартизации: межвуз. науч.-метод. сборник. Саратов: СГГУ, 2009.-281 с.

2. Басова Н.Н. Педагогика и практическая психология. Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. 354 с.

3. Черемных Н.Н. Необходимость сочетания традиций и инноваций в системе преподавания графических дисциплин студентам технических вузов / Н.Н.Черемных, Т.В.Загребина, О.Ю.Арефьева, Л.Г. Тимофеева, И.Т.Рогожникова // Деревообрабатывающая промышленность, 2008. № 3. С. 20-21.

*Л.А.Чернышев*  
*УГЛТУ, Екатеринбург, РФ*  
*chernleo@mail.ru*

### **БАЗОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ЭКОНОМИСТА - МЕНЕДЖЕРА (BASE SCOPES OF THE ECONOMIST-MANAGER)**

*Рассмотрены основополагающие в формировании профессионализма базовые компетенции, способствующие оптимизации деятельности в профессиональной сфере.*

*The basic in the formation of professionalism base scopes, facilitating the optimization of activity in the professional sphere are examined.*

В современном обществе к специалистам предъявляются особенно высокие требования. В настоящее время многие российские компании не мыслят эффективную работу без хорошо обученного руководителя и рассматривают приобретённые им в высшей шко-

ле знания как совершенно необходимое и неотъемлемое качество. А вот чему нужно учить будущих специалистов и руководителей и как это делать — не столь очевидно.

Обратимся к исследованиям современного менеджмента. Джим Коллинз в своей знаменитой книге «От хорошего к великому» (2002), формулирует несколько фундаментальных принципов, которыми должен обладать современный руководитель. Вот первые три принципа [1]:

1) сочетание выдающихся личностных качеств и твердой профессиональной воли. Д.Коллинз для таких руководителей вводит специальный термин — «руководители 5-го уровня». «Мы были удивлены, и даже шокированы, когда поняли, какой тип руководства необходим для осуществления преобразований... Спокойные, незаметные, сдержанные и даже застенчивые, эти руководители представляют необычную комбинацию скромности и профессиональной воли»;

2) принцип «Сначала КТО, затем ЧТО». В компании должны быть только нужные люди. По утверждению Д.Коллинза, лидеры великих компаний знают три простые истины: «Первая, если вы начинаете с вопроса „кто“, а не „что“, вам легче будет приспособиться к окружающему миру... Вторая, если у вас на борту нужные люди, то проблема мотивации и управления исчезает сама собой. Нужные люди не нуждаются в непосредственном руководстве или стимулах; у них достаточно самомотивации, обусловленной внутренним стремлением добиться исключительных результатов в создании чего-то великого. Третья, если у вас на борту не те люди, то уже не важно, сможете ли вы выбрать правильное направление, вам все равно не удастся создать великую компанию. Великая стратегия без великих людей бесполезна». Исследования Д.Коллинза показали, что «нужные люди» отличаются от «ненужных» не специальными навыками, а качествами, которых нет в профессиональных реестрах;

3) «непоколебимая вера перед лицом суровых фактов». У команды компании должна быть вера в то, что они делают нечто стоящее и достигнут в этом успеха.

Из данных выводов явно следует, что в сердцевине, в самой основе профессионального успеха и рыночных достижений лежат личностные качества руководителя-менеджера и членов команды компании. Этот вывод подкреплен методичными и профессиональными исследованиями.

Существует еще одно основание для того, чтобы уделить первостепенное внимание развитию именно личностных качеств будущих менеджеров и ключевых специалистов компании.

Мир меняется поразительно быстро, технологии производства приходят на смену друг другу с такой скоростью, что специалистам приходится постоянно учиться, а условия бизнеса и обстановка меняют свой облик с огромной скоростью. В итоге это приведёт к тому, что долговременный успех организации или предприятия будет определяться не технологией или товаром (они все равно устареют через год - другой), а командой, сотрудниками и особенно руководителями. Сотрудникам важнее приобретать новые знания и новые навыки.

Быстрота изменений — это, пожалуй, определяющее свойство нашего времени, и оно пронизывает все сферы жизни. Такое положение было не всегда. Еще пару десятилетий назад, овладев какой-либо технологией в производстве или в управлении, можно было опираться на это в течение многих лет. Сейчас такого нет, и важным становится не текущее владение специальными навыками, а способность эти навыки быстро осваивать на основе получения новых знаний.

Основным богатством компании можно считать прикладной опыт, опыт обучения, преданность работе, лидерство, воспоминания, сторонние интересы, know-how, профессиональные навыки, человеческие отношения, брэнднейм, торговые марки, технологии, мате-

риальное обеспечение, базы данных, имидж и т.п. Перечисленные качества неосязаемы, но они помогают создавать осязаемые объекты лучше и дешевле, чем у конкурентов. Осязаемые материалы все больше и больше вытесняются неосязаемыми качествами.

Знания в перспективе пронизывают буквально все аспекты современной нашей деятельности. Будущее любой компании определяется ее умением создавать и накапливать знания, причем по-новому.

В экономике знаний процесс образования, обучения и самообучения должен быть постоянный и неформальный. В процессе познания должны постоянно использоваться «мозговые штурмы», кружки качества, неформальные обмены мнениями. Сам процесс обучения должен строиться вокруг поиска решений для реальной задачи.

С учетом быстрой смены обстановки усложняются планирование и прогнозирование социально-экономических процессов в обществе, что делает незаменимыми такие личностные качества, как «организационные инстинкты», интуиция, быстрота реакции, нестандартность мышления и принятия решений, адаптируемость, гибкость, пытливость.

Современно звучат слова одного из основателей американской школы бизнеса Л.Стэнфорда: «Я думаю, что одно лишь практическое образование не дает возможности успешно заниматься бизнесом. Необходимо культивировать и развивать воображение для того, чтобы гарантировать успех в жизни. Человек никогда ничего не создаст, если он не прочувствует своей идеи» [2]. Как же суметь прочувствовать свою идею?

Такую способность обеспечивают уже не только профессиональные знания и умения, а личностные качества человека, которые являются основой для овладения специальными знаниями и умениями. Принято выделять семь групп личностных качеств, о которых можно говорить, как о семи базовых измерениях личной силы человека (базовых компетенциях): 1) восприятие (внимательность, чувствование тонкостей и умение обучаться); 2) взаимосвязи (интеллект и коммуникация); 3) выбор (чувствительность к «правильному», адекватному); 4) активность (преодоление препятствий, преобразующие действия и тактическая активность); 5) воля (гибкость, осознанность и умение концентрироваться); 6) вера (в успех, в себя, в людей, в Мир); 7) мудрость (чувство ограничений и времени, дисциплина и стойкость, выдержка и терпение).

Для наглядности взаимосвязь групп базовых личностных качеств можно представить на диаграмме (рисунок).



Взаимосвязь базовых личностных качеств руководителя

Получившийся «портрет» личности будущего специалиста и руководителя конечно труднодостижим для реального человека — однако каждый может и обязан стремиться к этому.

Действие такого «портрета» выглядит следующим образом: в начале любого проекта нужно собрать сведения и вникнуть в существо дел, т. е. необходимы качества *восприимчивости*. Затем надлежит все обдумать, поговорить об этом, составить бизнес-план и т.п., т. е. нужны качества группы *взаимосвязи*. Далее выбираются тактические пути осуществления бизнес-плана, т. е. необходимы качества группы *выбор*.

В течение всего процесса осуществления проекта необходимы качества группы *воля*. Они придают проекту наполненность и силу, и особенно важны в тех случаях, когда возникают препятствия и трудности.

На стадии практической реализации социального проекта очень важными становятся качества группы *активность*. А качества *веры* придают уникальность проекту, наполняют его особым смыслом, рождают вдохновение, позволяют не сдаваться и продолжать бороться в критической ситуации.

Последняя группа качеств — *мудрость* имеет выделенное положение. Она соответствует глубокому осознанию целостности и взаимосвязанности явлений, окружающих человека.

Владение базовыми личностными качествами и знаниями необходимо каждому современному специалисту и руководителю для их эффективной деятельности в любой современной компании. И тогда кадры, действительно, решают все.

### *Библиографический список*

1. Джим Коллинз. От хорошего к великому. Стокгольм: "Манн, Иванов и Фербер", 2008, 320 с.
2. Stanford Charles L. The quest for Paradise Urbane. University of Chicago Press, 1961.