

PREKYBOS SPECIALISTŲ VU EKONOMIKOS FAKULTETE RENGIMAS IR JŲ RINKOS POREIKIŲ ATITIKIMAS

Jonas Martinavičius

Profesorius, daktaras

Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto

Kiekybinių metodų ir modeliavimo katedra

El.paštas: Jonas.Martinavicius@ef.vu.lt

Straipsnis skirtas prekybos specialistų rengimo Vilniaus universitete raidos analizei, pagrindinį dėmesį skiriant jų rengimui, atkūrus Lietuvos nepriklausomybę. Atlikta prekybos specialistų Ekonomikos fakultete išleidimo statistinė analizė, įvertinama specialistų rengimo dinamika ir apimty per nagrinėjamą laikotarpį. Pateikiami prekybos specialistų rengimo bakalauro ir magistro pakopose ypatumai, išryškunami studijų programų tikslai bei jų siekimo keliai per bendrųjų ir specialiųjų kompetencijų ugdymą. Prekybos srities studijų programų vykdymas, šios srities specialistų rengimas bei rinkos poreikių atitikimas kiekybiškai vertinami, naudojant gausių anketinių apklausų duomenis bei atitinkamai apdorotą informaciją.

***Reikšminiai žodžiai:** prekybos specialistai, Ekonomikos fakultetas, studijų programos, absolventų išleidimas, anketinė apklausa, kompetencijų vertinimas, pasitenkinimas studijomis, darbdavių nuomonė.*

Įvadas

Šiomet skaičiuotume 70 metų nuo prekių mokslo katedros Vilniaus universitete įsteigimo datos. Per tą laiką išleista tūkstančiai prekybos srities aukščiausios kvalifikacijos specialistų, keitėsi ne viena dėstytojų karta, esminės permainos įvyko išsiveržiant Lietuvai iš centralizuotos planinės sistemos gniaužtų ir atkuriant Europinę studijų sistemą. Universitetinio lygio specialistų rengimo, jų kokybės vertinimo klausimams skirta nemaža dėmesio (Valiuškevičiūtė ir kt., 2004; Žibėnienė, 2006; Ramanauskienė, 2008; KTU, 2010; Allan, Pileičikienė, 2010; Kohont, Bergoč, 2010; Martinavičius, Galinienė, 2011), tačiau prekybos specialistų rengimo tematika dar nėra plačiau tyrinėta sritis.

Šio **tyrimo objektu** pasirinkta tema: prekybos srities specialistų rengimo Vilniaus universitete dinamika, apimant visą jų rengimo nuo pokario laikotarpį.

Tyrimo tikslas: kiekybiškai ir kokybiškai įvertinti Vilniaus universiteto prekybos specialistų rengimo ypatumus.

Tyrimo metodai: literatūros šaltinių, statistinių duomenų grafinė ir dinamikos analizė, anketinė apklausa ir jos rezultatų kompiuterinis apdorojimas ir analizė.

1. Dabartinių prekybos specialistų rengimo priešistorija

Prekybos ekonomikos katedra VU Ekonomikos fakultete įkurta 1946 metais, tačiau tais pačiais metais įjungta į Liaudies ūkio ekonomikos katedrą. Reali katedros veikla, remiantis amžininkų teigimu, prasidėjo 1963 metais. Pirmasis prekybos ekonomikos katedros posėdis įvyko 1963 m. rugsėjo 9 d. (Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas 1940-2010, 2010, p. 292). Ši katedra veikė daugiau kaip 40 metų, kol po paskutiniųjų dabartinio ekonomikos fakulteto reformų tapo Verslo katedros (pradėjusios savo veiklą 2004 m. rugsėjo 1 d.) šerdimi. Priminsime, kad Verslo katedra naujai formuojamame studijų modelyje apjungė prekybos ekonomikos, įmonių ekonomikos, dalies paslaugų ekonomikos ir kokybės vadybos katedrų darbuotojus.

Būtina paminėti, kad prekybos specialistų rengimui įtakos turėjo septintojo dešimtmečio pabaigoje atlikta reforma, 1969 metais išskaidžius Ekonomikos fakultetą į tris fakultetus. Vienas iš jų – Prekybos fakultetas, kurio branduolį sudarė trys katedros: prekybos ekonomikos, materialinio techninio aprūpinimo ir prekių mokslo. Pastaroji – Prekių mokslo katedra – įkurta dar Vytauto Didžiojo universitete, Teisių fakultete. Jos veiklos Vilniaus Universitete pradžia galima datuoti 1944 metais. Pradėjus perėjimo į Europos pavyzdžio studijų sistemą pertvarkas, Prekių mokslo katedra 1991 metais buvo panaikinta, o Materialinio–techninio aprūpinimo katedros (įkurtos 1968 metais) pavadinimas 1990 metais keičiamas į Gamybos priemonių prekybos; tais pačiais metais gruodžio mėn. katedra dar kartą keičia pavadinimą į marketingo.

1999 m. trims fakultetams (Prekybos ekonomikos, Pramonės ekonomikos, Ekonominės kibernetikos ir finansų) apsjungus į vieną – Ekonomikos fakultetą, dar kurį laiką buvo „užbaigiamos“ pradėtos studijų programos ir dieninio skyriaus absolventų diplomus 1991 metų pavasarį gavo per šimtą buvusio prekybos fakulteto studentų, o neakivaizdininkų laidos tęsėsi iki 1995 metų: 1994 metais buvo įteikti diplomai 40-čiai paskutinės vientisų studijų laidos prekybos ekonomikos, o 1995 metais – 34 prekių mokslo neakivaizdininkams. Statistika rodo, kad per dvidešimt vienerius Prekybos fakulteto veiklos metus Vilniaus universiteto diplomus gavo 4863 absolventai, beveik po lygiai visų trejų to meto specialybių absolventai (prekybos ekonomikos, prekių mokslo ir materialinio techninio aprūpinimo (Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas 1940-2010, 2010, p. 77). Didžiausią dalį, beveik 42 proc. sudarė dieninio skyriaus studentai, kiek mažiau – neakivaizdininkų (33 proc. visų baigusiuju).

Pastebėtina, kad prekybos specialistai buvo rengiami ir iki įsteigiant Prekybos fakultetą; dalis jų, kaip minėta anksčiau, buvo išleista tęsiant ankstesnes studijų programas ir naujai suformuotame Ekonomikos fakultete. Atsižvelgiant į tai, per sovietinį periodą, pradedant 1963 metais ir baigiant 1995 metais, specialistų buvo išleista per 5200, iš jų mus dominančios srities – prekybos ekonomikos – per 2100 absolventų.

Galima konstatuoti, kad 1995 metais užbaigta Prekybos fakulteto, rengusio specialistus specifinei planinės ekonomikos sistemai, veikla. Vienas iš sovietmečio bruožų buvo nuolatinis daugelio plataus vartojimo prekių, ir ne tik jų, trūkumas, t.y. stabilus disbalansas tarp paklausos ir pasiūlos. Darbas prekybos sferoje buvo

laikomas prestižiniu, nes čia dirbantis asmuo tapdavo ypatingu tarpininku, vykdančiu pasiūlos ir paklausos „balansavimą“, prekių skirstytoju ar „aprupintuoju“, o tai suteikdavo išskirtinumą, keldavo prekybos sferos darbuotojo visuomeninį reikšmingumą, tuo pačiu sudarydavo geras materialias gyvenimo sąlygas. Motyvaciją patekti į prekybos sritį atspindėjo labai aukšti konkursai į visas Prekybos fakulteto specialybes, jie buvo vieni iš aukščiausių Vilniaus universitete. Dauguma pirmakursių – būsimų prekybininkų būdavo su „raudonais diplomais“, tai yra jų vidurinių mokyklų baigimo atestatų spalva rodė išskirtinai gerus vidurinės mokyklos pažymius ir atitinkamą gerą pasiruošimo studijoms lygį.

Atkūrus nepriklausomybę, nedelsiant orientuojamasi į naujų specialistų rengimą, tai liudija restruktūrizuotas Ekonomikos fakultetas, performuotos katedros, o svarbiausia – sukurtos naujos studijų programos, orientuotos į Europos trijų pakopų studijų sistemą. Bakaluro studijų pakopoje iš pradžių liko viena – komercijos specialybė – čia apjungtos prekybos, užsienio prekybos, paslaugų firmų vadybos, prekių ekspertizės specializacijos. 1993 metais, pereinant prie naujos studijų sistemos ir atsisakant programų specialybėms, bakaluro studijų programoje – ekonomikos ir verslo administravimo vadyba – išskirta komercijos specializacija (šaka), o absolventams suteikiama vadybos bakaluro kvalifikacija. 1995 metais parengta Prekybos magistro studijų programa, ir pirmieji komercijos šakos 68 bakalurai diplomus gavo 1992 metais, o pirmieji 12 prekybos magistrų absolventų išleisti 1997 metais.

2. Prekybos specialistai ir jų rengimas nepriklausomybės laikotarpiu (1992–2014)

Kaip minėta, pirmieji naujai suformuotos Europinio pavyzdžio studijų sistemos komercijos specializacijos bakalurai VU išleisti 1992 metais, ir tai buvo pagrindinis rengiamų Lietuvos ūkiui universitetinių prekybos specialistų srautas. Kaip matyti iš 1 lentelės, per 23 metus iš viso buvo išleista per 2400 aukščiausios kvalifikacijos specialistų; komercijos bakalaurų diplomus gavo 2036 asmenys, tai sudarė beveik 84 proc. viso VU EF prekybos srities išleidžiamų specialistų.

1 lentelė. VU EF 1992–2014 m. prekybos srities absolventai

Metai	Bakalaurai		Magistrai			Iš viso
	Komercija	Marketingas ir globalus verslas	Prekyba	Rinkodara ir integruota komunikacija	Užsienio prekyba**	
1992–1996	646				78	724
1997–2001	305		57			362
2002–2006	411		53			464
2007–2011	483		63			546
2012–2014	191*	69*	14	59		333
Iš viso	2036	69	187	59	78	2429

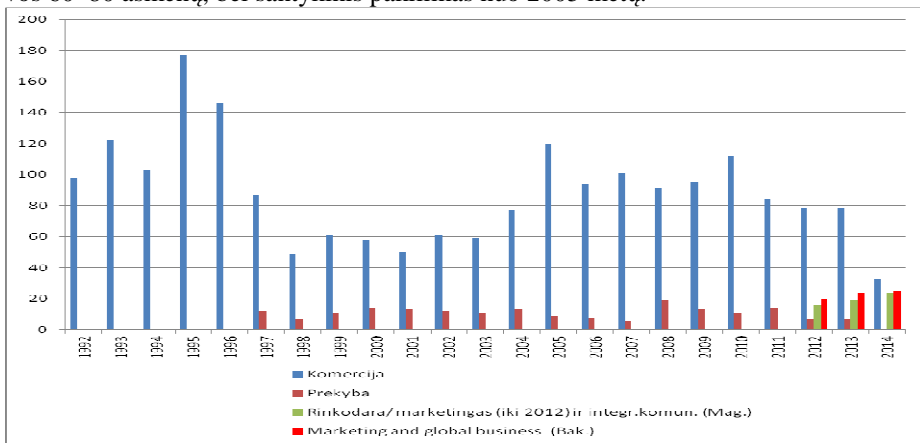
*Įskaityti 2014 metų baigiamojo kurso studentai;

**Vientisos studijos.

Šaltinis: Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas 1940-2010, 2010; Vilniaus universiteto ir VU Ekonomikos fakulteto archyviniai duomenys

Beveik 60 proc. komercijos bakalaurų studijavo dieninėse studijose, tačiau likusioji dalis (iš jų 31 proc. absolventų buvo neakivaizdininkai) darbą derino su studijomis ir tai rodo nemažą studijų patrauklumą dirbantiems su prekyba susijusiose srityse. Magistro ir joms prilygintų vientisųjų studijų absolventų išleistas būrys santykinai negausus, tačiau 324 aukščiausio lygio specialistai nėra maža apimtis. Kaip rodo 1 lentelės duomenys, prekybos magistrų metinis išleidimas sudarė apie 10 asmenų ir tai indikacija apie gana kuklų šios studijų programos patrauklumą. Todėl nuo 2010 metų buvo suformuota ir 2012 metais pirmus 16 absolventų išleido iš karto labai paklausį tapusi Marketingo/rinkodaros (nuo 2012) ir integruotos komunikacijos magistrų studijų programa, kuri gerokai papildė negausų prekybos magistrantų būrį.

Atkurtos nepriklausomybės laikotarpio VU prekybos specialistų išleidimo dinamika, atspindėta 1 pav., patvirtina, kad bakaluro komercijos specializacijos studijos yra pagrindinis studentų siekinys. Kaip matyti, pereinamuoju laikotarpiu, 1992–1996 metais, komercijos absolventų kasmet išleidžiama vis daugiau, o absoliutus maksimumas buvo 1995 metais – 177 absolventai. Tai galima paaiškinti dideliu ekonominės sistemos aktyvumu, ir padidintu prekybos specialistų poreikiu. Išskirtinas 1998–2004 metų laikotarpis, kai komercijos bakalaurų išleista nedaug – vos 60–80 asmenų, bei santykinis pakilimas nuo 2005 metų.



1 pav. Įvairių specializacijų prekybos specialistų išleidimas VU EF atskirose pakopose 1992–2014 metais

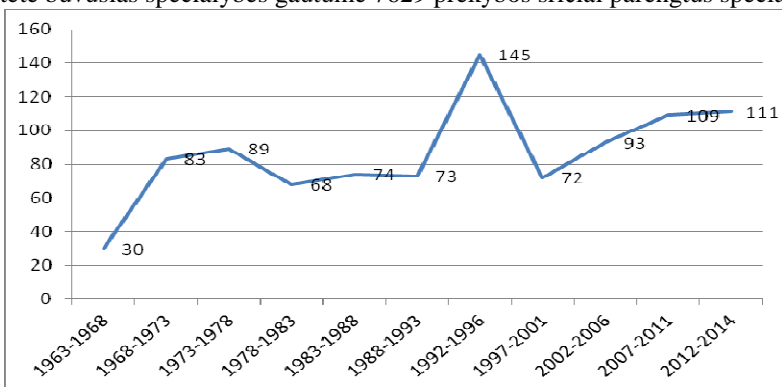
Absolventų skaičiaus ryšį su jų paklausa nėra paprasta, kadangi visada veikia lagas – atsiradus didesnei specialistų paklausai, pasirinkusieji specialybę ar programą ją baigia po kelerių metų; mūsų atveju didesnis absolventų skaičius pasirodo ne anksčiau kaip po dvejų metų. Galima teigti, kad rengiant prekybos specialistus, komercijos specializacija VU gana populiari ir patraukia nemažai studijuojančiųjų. Išskirtinas mažesnis specialistų išleidimas 1998–2004 metais

galėjo reikšti pokyčius ekonominėje sistemoje, kai komercinės veiklos patrauklumas mažėjo, darbas darėsi sudėtingesnis, ir tai galėjo paveikti pasirinkimo motyvą. Nuo 2005 metų absolventų skaičius auga, tačiau pastarųjų metų tendencijos rodo pokyčius, apspėjus demografinių procesų, kai mažėjant gimstamumui, sumažėjo ir mokinių bei studentų skaičius. 1 pav. užfiksuota 2012–2014 metų VU prekybos specialistų išleidimo dinamika rodo EF pastangų ir dar 2010 metais pradėtų įgyvendinti priemonių rezultatus, reaguojant į susidariusią situaciją. Matyti, kad sumažėjęs komercijos bakalaurų skaičius kompensuojamas padidėjusiu anglų kalba vykdomų rinkodaros ir globalaus verslo studijų absolventų skaičiumi, o šalia prekybos magistro studijų vykdomos labai konkurencingos rinkodaros ir integruotos komunikacijos studijos. Detaliau minėtos studijų programos bus aptartos žemiau, o bendras pastangų rezultatas matomas 2 pav., kur pastarųjų metų (2012–2014) vidutinis absolventų skaičius patvirtina bent jau prekybos specialistų išleidimo VU EF stabilizaciją.

2 pav. matoma Vilniaus universiteto išleidžiamų prekybos specialistų dinamika, apima daugiau kaip pusės šimto metų laikotarpį. Pateikti duomenys apie prekybos absolventus 1963–2014 metais apima prekybos ekonomikos, komercijos, prekybos, užsienio prekybos, marketingo ir globalaus verslo, rinkodaros ir integruotos komunikacijos Vilniaus universitete vykdytas ar vykdomas studijų programas, specialybes ar specializacijas.

Minėjome, kad išskirtini du visiškai skirtingi laiko periodai: sovietinis, kai prekybos sistema ir tos srities specialistas buvo planinės sistemos produktas ir elementas, ir nepriklausomos Lietuvos, kai prekybos specialistas, būdamas laisvos šalies pilietis turi tapti rinkos ekonomikos subjektu. Abu laiko periodus jungia vieta – Vilniaus universitetas, kuriame geriausias šalies jaunimas siekė žinių, profesinių įgūdžių, o tai žingeidiems protams suteikdavo aukščiausios kvalifikacijos pedagogai.

Apibendrinant aukščiau pateiktą statistiką, galima teigti, kad 1963–2014 metais Vilniaus universitete išleista per 4500 prekybos specialistų; įskaitant visas Prekybos fakultete buvusias specialybes gautume 7629 prekybos sričiai parengtus specialistus.



2 pav. Prekybos specialistų išleidimas VU 1963-2014 metais vidutiniškai per metus

Šaltinis: Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas 1940-2010, 2010; Vilniaus universiteto ir VU Ekonomikos fakulteto archyviniai duomenys.

Kaip rodo 2 pav. , galima teigti, kad Lietuvos nepriklausomybės atstatymas padidino Vilniaus universiteto indėlį, rengiant prekybos ar jai priskirtinų sričių specialistus. Akivaizdus jau anksčiau minėtas faktas apie prekybos specialistų padidėjusį poreikį ir jį atspindintį specialistų išleidimą perėjimo iš centralizuotos planinės į rinkos ekonomiką laikotarpiu 1992–1996 metais bei tam tikra absolventų skaičiaus stabilizacija pastaruoju laikotarpiu.

3. Specialistų rengimo studijų programos ir jų ypatumai

Studijų programoms tobulinti Ekonomikos fakultete skiriama daug dėmesio, nuolat rengiamos jų analizės ir vykdoma korekcija (VU EF, 2012; VU EF, 2008; Galinienė ir kt., 2003; VU EF, 2003).

Ekonomikos fakulteto bakalauro pakopos prekybos specialistai rengiami pagal studijų programą Vadyba ir verslo administravimas, išskiriant Komercijos bei Rinkodaros ir globalaus verslo šakas. Visų atšakų absolventai studijų metu įgyja keturias svarbiausias bendrąsias kompetencijas: 1) gebėjimą kūrybiškai spręsti vadybos ir verslo problemas, taikant įgytas žinias; 2) gebėjimą bendrauti tarpasmeniniu ir tarpkultūriniu lygmeniu; 3) gebėjimą analizuoti informaciją ir daryti pagrįstas išvadas; 4) gebėjimą mokytis ir tobulėti, vadovaujantis etinėmis ir socialiai atsakingomis vertybėmis.

Be to, studentai įgyja tris esmines dalykines kompetencijas: 1) gebėjimą sistemiskai vertinti organizaciją ir jos aplinką; 2) gebėjimą kurti ir įgyvendinti vadybos ir verslo projektus; 3) gebėjimą planuoti, organizuoti ir valdyti praktines veiklas.

Priklausomai nuo studijuojančiojo pasirinktos specializacijos, visos išvardintos kompetencijos įgauna su ta šaka susijusią konkrečią išraišką, kuri matuojama studijų rezultatais.

Kiekviena programos disciplina orientuojama į nustatytus studijų programos tikslus, kompetencijas ir rezultatus. Privalomieji studijų programos dalykai sudaro pagrindinių žinių ir gebėjimų rinkinį, o pasirenkamieji dalykai skirtingu mastu įgyvendina programos įvairovę, studentams sudarant galimybę lygiagrečiai ugdyti specialiąsias ir bendrąsias kompetencijas. Studijų metu studentas, lankydamas paskaitas ir seminarus, atlikdamas profesinę praktiką bei rengdamas kursinį ir baigiamąjį darbą, įgyja savarankiško tyrimo ir praktinio žinių pritaikymo kompetencijas.

Komercijos šakos tikslas – rengti aukštos kvalifikacijos komercijos specialistus, gebančius organizuoti ir valdyti pirkimo ir pardavimo procesus. Paminėtina, kad pagrindiniai komercijos žinių gilumą lemiantys komponentai yra Ekonomikos fakulteto bakalauro programos specialybės bendrieji dalykai, tokie kaip: vadyba, finansinė apskaita, valdymo apskaita, įmonės finansai, pinigai ir kreditas, informacinės sistemos. Specializacijos metu gilinamasi į komercijos srities dalykus, tokius kaip: prekių mokslas, prekybos įmonės vadyba, paslaugų vadyba, komercijos informacijos šaltiniai, užsienio prekyba, produkcijos kodavimas ir identifikavimas, kokybės valdymas, logistika ir pan.

Naujai pradėta 2010 metais, ir anglų kalba dėstoma Rinkodaros ir globalaus verslo bakalauro specializacija, orientuota į marketingo vadybininkų, gebančių

dirbti dinamiškoje globalaus verslo aplinkoje, parengimą. Studijose akcentuojama įmonės sąveika su įvairių šalių rinkomis, ugdomi studentų tarpkultūrinio bendravimo įgūdžiai. Be bendrųjų dalykų rinkodaros ir globalaus verslo šakos studentams dėstomi tokie privalomi dalykai, kaip: verslo strategijos, rinkodara, vartotojų elgsena, globalus verslas, tarptautinė ekonomika, rinkodaros tyrimų pagrindai, rinkodaros valdymas, globaliosios operacijos ir logistika, integruotoji rinkodaros komunikacija, tarptautinė rinkodara, tarptautinis verslas, korporacijų finansų pagrindai. Gana daug alternatyviai pasirenkamų dalykų: verslas kylančiose ekonomikose, tarpkultūrinės vadybos principai, kokybės valdymas, mažmeninės prekybos vadybos ir rinkodaros, eksporto valdymo, vadybos informacinių sistemų, elektroninės rinkodaros ir t. t. Be to, studentai mokosi dalykinės užsienio kalbos, rengia kursinį ir baigiamąjį darbą.

Magistro studijų pakopoje Ekonomikos fakultete, kaip minėta, prekybos specialistai rengiami dviejose studijų – Prekybos bei Marketingo ir integruotos komunikacijos – programose. Kompetencijų lygmuo čia kitoks nei bakalauro studijose, pavyzdžiui, bendrosios kompetencijos, tokios, kaip gebėjimas abstrakčiai mąstyti, analizuoti ir sisteminti informaciją, gebėjimas atlikti mokslinius tyrimus, gebėjimas žinias pritaikyti praktikoje ir spręsti problemas dirbant grupėje arba individualiai; ugdo asmenybes, gebančias atlikti sudėtingas analitines operacijas, taikyti mokslo pasiekimus praktikoje ar užsiimti moksline veikla.

Prekybos absolventų skaičiui nuolat mažėjant, ją natūraliai keičia Rinkodaros ir integruotos komunikacijos studijų programa, kuri pradėta 2010 metais ir beveik iš karto tapo viena iš konkurencingiausių Ekonomikos fakulteto magistro studijų programų, norinčiųjų studijuoti skaičiumi gerokai pralenkianti kitas. Pavyzdžiui, šioje programoje prašymų skaičius į vieną vietą 2012 ir 2013 metais viršijo 14, tuo tarpu kitose programose šis skaičius buvo 8–9 ir mažiau.

Išaugęs atskirų marketingo sričių – reklamos, ryšių su visuomene, rinkos tyrimų bei verslo konsultacijų kompanijų skaičius bei besiplečiantys poreikiai jų paslaugoms ir produktams rodo, jog marketingo specialistų poreikis yra didelis ir nuolat auga. Vis reikalingesni darosi aukšto lygio marketingo specialistai, kurių žinios bei gebėjimai aprėpia ne vien tiesiogiai marketingo sričiai priskiriamas integruotos komunikacijos rūšis. Pagrindinis studijų programos Marketingas ir integruota komunikacija tikslas – rengti aukščiausios kvalifikacijos marketingo ir integruotos komunikacijos specialistus, gebančius įvertinti rinkos ir įmonės situaciją, pagal verslo specifiką ir įmonės padėtį rinkoje planuoti tinkamiausias marketingo strategijas, numatyti ir įgyvendinti taktinius marketingo veiksmus – atlikti rinkos tyrimą, priimti prekės kūrimo, kainodaros, paskirstymo ir komunikacijos sprendimus.

Turint tokią tikslą, būsimiems specialistams siekiama suteikti bendras aukščiausio kvalifikacijos lygio kompetencijas bei ugdyti dalykinius gebėjimus. Paminėtinos tokios kompetencijos: 1) gebėjimas analizuoti, apibendrinti ir naudoti marketingo ir integruotos komunikacijos srities teorinę informaciją; 2) gebėjimas vertinti, planuoti ir atlikti įvairius marketingo ir integruotos komunikacijos srities tyrimus, taikant įvairias duomenų rinkimo ir analizės metodikas; 3) gebėjimas

valdyti įmonės sąveiką su rinka, naudojant marketingo bei integruotos komunikacijos priemones.

Savo ruožtu, kiekviena iš kompetencijų konkretizuojama siekiamais rezultatais, pavyzdžiui, antroji kompetencija realizuojama tokiais siekiniais: a) svarbiausių marketingo ir integruotos komunikacijos srities tyrimų tipų išmanymu ir gebėjimu analizuoti jų pagalba gautą informaciją; b) svarbiausių pirminių duomenų rinkimo būdų išmanymu ir gebėjimais vertinti jų tinkamumą konkreitiems atvejams; c) svarbiausių kiekybinės analizės metodų esmės supratimu ir gebėjimu juos taikyti savarankiškai analizuojant duomenis; d) gebėjimu atlikti su marketingu ir integruota komunikacija susijusios vartotojų elgsenos tyrimus.

Nesigilinant į šios magistro programos detales, pabrėšime, kad čia rengiami aukščiausios ir vidurinės grandies specialistai, gebantys priimti ir įgyvendinti strateginius sprendimus, todėl jie turi pajėgti analizuoti bei interpretuoti tyrimų informaciją, kurti ir įgyvendinti marketingo strategiją bei pasirinkti tinkamus integruoto komunikavimo su įvairiomis interesų grupėmis būdus.

Pažymėsime, kad Ekonomikos fakulteto studijų programų tikslų, rezultatų bei struktūros peržiūros ir pertvarkymai atliekami nuolat, vienas iš jų – 2010–2012 metais, vykdant Europos socialinio fondo finansuotą projektą „VU Ekonomikos fakulteto I pakopos studijų programų atnaujinimas ir inovatyvių mokymo metodų diegimas“. Projekto rėmuose vyko susitikimai ir diskusijos su darbdaviais, socialiniais partneriais, Lietuvos ir tarptautinės verslo bendruomenės atstovais. Diskusijų metu buvo iš esmės peržiūrėti kompetencijų ir studijų rezultatų deriniai, programų struktūra ir šiuolaikinių mokymo metodų taikymo praktika. Tokia nuolatinė studijų programų peržiūros praktika, naudojant grįžtamojo ryšio su studentais sistemą, įgalina palaikyti ir gerinti studijų kokybę bei siekti savo statuso užtikrinimo gana konkurencingomis sąlygomis. Žemiau pateiksime kai kuriuos anketinių tyrimų, studentų ir darbdavių požiūriu leidžiančių apibūdinti įgyjamų kompetencijų vertinimą.

4. Studentų pasitenkinimas studijomis ir rinkos poreikių atitikimas

Ekonomikos fakultete vykdomų tyrimų patirtis lyginama su panašiais tyrimais, atliekamais šalyje (Macas ir kt., 2011; KTU, 2010; MOSTA, 2008a; MOSTA, 2008b; Šiaulių universiteto socialinių tyrimų mokslinis centras, 2008), kurių nėra gausu. Pavyzdžiui, 2 ir 3 lentelėje pateikiami studentų kompetencijų vertinimo duomenys rodo gana aukštą vertinimo lygį, nes, tiriant universitetus, gauti asmeninio tobulėjimo galimybių vidutiniai vertinimai buvo 6,9–7,6 balo 10 balų skalėje (MOSTA, 2008a).

Analizuojant studijų problemas, Ekonomikos fakultetas bei katedros nuolat organizuoja darbdavių apklausas, kuriomis siekiama nustatyti jų nuomonę apie studijų programas, rinkos poreikių atitikimą bei rengiamų specialistų kokybę ir gebėjimus. Vykdomos stambiausių fakulteto socialinių partnerių apklausos, kurių metu siekiama išsiaiškinti darbdavių nuomonę apie programų bei atskirų dalykų atitikimą darbo rinkos poreikiams. Visų apklausų rezultatai analizuojami ir panaudojami tobulinant studijų programas.

Kiekvienų mokslo metų pabaigoje fakultete apklausiami bakalauro bei magistro studijų absolventai. Apklausų tikslas – įvertinti studijų programos teorinį ir praktinį

atitikimą laikmečio ir darbo rinkos poreikiams. Apklausų metu siekiama išsiaiškinti studentų pasitenkinimą įgytomis žiniomis bei gebėjimais, o taip pat gauti vertingų pasiūlymų tolesniam programų tobulinimui. Atsižvelgiant į absolventų nuomonę, koreguojamas programos turinys, tobulinama paskaitų bei seminarų pravedimo metodika. Pavyzdžiui, pastaroji studentų 2013 metų lapkričio mėnesio apklausa, skirta dėstyto kokybei vertinti, apibendrinus 650 atsakytų anketų, leido atsakyti į papildomus klausimus apie studijų aplinką fakultete. Pavyzdžiui, socialinė aplinka (5 balų skalė) Ekonomikos fakultete įvertinta 4,2 balo, administracijos darbas gavo 4,3 balo vertinimą, reikiamos literatūros prieinamumas įvertintas žemiausiai – 3,66 balų. Bendras studijų kokybės vertinimas buvo 3,84 balo, kaip matysime, tai koreliuoja su kitų, žemiau pateiktų, anketavimų rezultatais.

Šešti metai VU Ekonomikos fakultete vykdomų absolventų apklausų duomenys apie studentų įgytus gebėjimus bei jų įsidarbinimą, pateikiami 2 ir 3 lentelėje. Kaip matyti iš lentelių informacijos, prekybos srities absolventai nėra sviri Ekonomikos fakulteto išleidžiamų specialistų dalis, 2013 metais Komercijos bei Rinkodaros ir globalaus verslo specializacijų absolventai

2 lentelė. VU EF bakalaурų Komercijos bei Rinkodaros ir globalaus verslo specializacijų absolventų apklausų 2009–2013 metų rezultatai, 10 balų skalė

Metai	Respondentų skaičius	Dirba	Dirba pagal specialybę	Gebėjimai analizuoti ir sintezuoti	Savarankiško darbo įgūdžiai	Darbo komandoje įgūdžiai	Gebėjimai organizuoti ir planuoti	Pasitenkinimas studijomis fakultete
Komercijos specializacija								
2009	7	-	-	7,71	8,0	7,5	7,71	9
2010	32	29	19	7,31	8,38	7,68	7,84	8,41
2011	72	32	29	7,07	8,15	7,85	7,80	7,25
2012	64	53	32	7,36	8,21	7,14	7,29	7,71
2013	72	58	39	7,10	7,86	7,96	7,94	7,45
Rinkodaros ir globalaus verslo specializacija								
2012	16	10	7	7,13	7,75	7,44	6,56	6,44
2013	23	16	9	7,48	7,87	8,17	7,96	7,27
EF vidurkis, 2013	845	701	438	7,28	8,09	7,64	7,85	7,73

Šaltinis: 2009–2013 metų VU EF absolventų anketavimo duomenys

Bakalaurai sudarė apie 11 proc. visų bakalaурų, Prekybos bei Rinkodaros ir integruotos komunikacijos studijų programų absolventai magistrai – apie 6 proc. viso magistrų skaičiaus. Statistika patvirtina teiginį apie Ekonomikos fakulteto studentų patrauklumą darbo rinkai: dar nebaigę studijų dauguma jau dirba. 2013 metais tokių buvo beveik 83 proc. apklaustų bakalaурų, iš jų 62 proc. gavo darbą pagal specialybę. Dirbančių magistrantų dalis buvo 92 procentai; du trečdaliai dirbo pagal specialybę.

Kaip matyti iš pateiktų 2 lentelėje duomenų, panaši padėtis yra ir tarp analizuojamų prekybos specialistų – bakalaурų, nors atskirais metais yra ir svyravimų.

Štai 2010 metais dirbo beveik 91 proc. komercijos ketvirtakursių, 2011 metais – tik 44 procentai. Mažesnė rinkodaros ir globalaus verslo specializacijos įsidarbinančių dalis gali būti sąlygota jų pastangų siekti tolesnių studijų ir skirti daugiau dėmesio mokymuisi.

Analizuojant įgytų kompetencijų vertinimą, aukštesni balai skiriami savarankiško darbo įgūdžiams, santykinai žemesni balai tenka gebėjimams analizuoti ir sintezuoti, tačiau bendri įvertinimai daugeliu atvejų siekia bendrą lygį 8 – „gerai“. Šiek tiek išsiskiria pirma rinkodaros ir globalaus verslo specializacijos laida, gana kritiškai vertinusi įgytus gebėjimus, tačiau kitais, 2013 metais, vertinimai pagerėjo ir didesnioji jų dalis viršijo fakulteto vidurkį. Atkreiptinas dėmesys, kad pasitenkinimas studijomis fakultete nėra aukštas, ir tai indikacija apie būtinas priemones gerinti studijų kokybę.

Magistratūros studijose, kaip matyti iš 3 lentelės, dirbančiųjų prekybos specialistų dalis, o ir dirbančių pagal specialybę, šiek tiek viršija fakulteto vidurkius.

3 lentelė. VU EF magistrų Prekybos bei Rinkodaros ir integruotos komunikacijos studijų programų absolventų apklausų 2009–2014 metais rezultatai, 10 balų skalė

Metai	Respondentų skaičius	Dirba	Dirba pagal specialybę	Gebėjimai analizuoti ir sintezuoti	Savarankiško darbo įgūdžiai	Darbo komandoje įgūdžiai	Gebėjimai organizuoti ir planuoti	Pasitenkinimas studijomis fakultete
Prekybos studijų programa								
2009	9	-	-	7,44	7,33	6,56	7,11	7,22
2010	10	8	7	7,20	8,20	8,00	8,50	7,80
2011	14	14	7	7,36	8,21	7,14	7,29	7,71
2012	6	6	5	5,83	6,00	5,67	6,17	4,83
2013	5	4	4	7,60	8,00	7,20	7,80	7,20
Rinkodaros ir integruotos komunikacijos studijų programa								
2014	18	18	12	8,83	9,33	9,00	9,00	8,89
EF vidurkis, 2013	260	240	158	7,45	8,37	7,23	7,81	7,57

Šaltinis: 2009 – 2013 metų VU EF absolventų anketavimo duomenys

Tarp gebėjimų pirmoje vietoje – savarankiško darbo įgūdžių ugdymas. Galima tvirtinti, kad magistrų vertinimai panašūs į aukščiau pateiktus bakalaurų, išskyrus gana neigiamą 2012 metų prekybos magistrų nuomonę. Kaip minėta aukščiau, prekybos magistrantūros programą jau keičia nauja – Rinkodaros ir integruotos komunikacijos studijų programa, kurios absolventų vertinimai rodo santykinai gerus pasiektus studijų rezultatus – aukšti ugdomų kompetencijų vertinimai, beveik siekiantis 9 – „labai gerai“ pasitenkinimas studijomis fakultete.

Pastebėta, kad studentai dažnai gana kritiškai vertina savo artimą aplinką, nes iš arti įvairūs nesklandumai, klaidos, netikslumai gali atrodyti reikšmingesni, didesni, negu yra iš tikrųjų. Tai iš dalies patvirtina ir 4 lentelėje pateikiami darbdavių apklausos rezultatai. Įvedus bakalaurams profesinę praktiką, kurią jie atlieka paskutiniame semestre, buvo sudarytos geros sąlygos studentų praktiniams įgūdžiams, kartu atsirado galimybė sužinoti darbdavių, ilgesnį laiką kontaktuojančių

su Ekonomikos fakulteto baigiamojo kurso studentais, nuomonę apie atskirų studijų programų siekinių realizavimo efektyvumą.

4 lentelė. VU EF Komercijos (K) ir Marketingo ir globalaus verslo (MGV) specializacijų studentų profesinės praktikos 2012 ir 2013 metais vertinimas, 10 balų skalė

Metai	Programa	Rinkos poreikių atitikimas	Organizacijos poreikių atitikimas	Studijų programos pajėgumas suformuoti profesinius gebėjimus	Studento teorinis pasirengimas	Studento praktinis pasirengimas	Studento pareiškimas	Bendras studijų programos vertinimas
2012	K (n=13)	9,0	9,0	8,62	9,54	9,23	10	9,38
	MGV (n=9)	9,0	8,9	8,22	9,33	9,23	9,9	9,56
2013	K (n=68)	9,03	9,21	8,75	9,52	9,27	9,9	9,53
	MGV (n=15)	8,73	8,53	8,73	9,4	9,2	9,8	9,21
EF vidurkis	2012, N=471	8,8	8,85	8,4	9,26	8,77	9,82	9,2
	2013, N=519	8,85	8,88	8,48	9,25	8,82	9,79	9,19

Šaltinis: Darbdavių profesinės praktikos atlikimo vietose anketinio tyrimo 2012 ir 2013 metais duomenys

Kaip matyti, dažniausias darbdavių pažymys viršija devintuką, tai yra „labai gerai“. Šiek tiek žemesnis studijų programos pajėgumo suformuoti profesinius gebėjimus vertinimas, ir tai, matyt, susiję su bakalauro studijų specifika, kai specializacija prasideda nuo trečio kurso, ir nėra orientuojamasi į visapusiško specialisto paruošimą – tam reikalingos magistro studijos. Prekybos srities bakalauro savybes bei studijų programas darbdaviai dauguma atvejų vertina aukščiau už vidutinį fakulteto lygį, ir tai geras ženklas apibūdinantis prekybos specialistų rengimą Ekonomikos fakultete bei jų rinkos poreikių atitikimą.

Išvados

1. Universitetinį parengimą įgyjantys prekybos srities specialistai tampa aukščiausios kvalifikacijos darbuotojais, jie labiausiai domina darbdavius kaip efektyvūs prekybinės veiklos organizatoriai ir vadybininkai, pirkimo ir pardavimo procesų žinovai, rinkos ir įmonės situacijos analitikai bei vertintojai, numatantys ir įgyvendinantys įvairias marketingo strategijas. Vilniaus universitetas yra įgijęs vertingą tokių specialistų rengimo patirtį, nes vien atkurtos nepriklausomybės metais išleido per 2400 komercijos, prekybos, marketingo ir kitų prekybos sričiai ruošiamų bakalauro ir magistrų.

2. Paruoštos ir nuolat atnaujinamos prekybos specialistų rengimo studijų programos teigiamai įvertintos užsienio ekspertų, jos formuojamos, atsižvelgiant į

žymių užsienio universitetų patirtį, pastoviai aptariamą su darbdaviais ir socialiniais partneriais bei tobulinamos, užtikrinant grįžtamąjį ryšį su studentais. Pažymėtinas išryškėjęs didelis anglų kalba dėstomos bakalaurų Rinkodaros ir globalaus verslo šakos bei magistro Rinkodaros ir integruotos komunikacijos studijų programos patrauklumas.

3. Penkių pastarųjų metų anketinių apklausų analizė rodo, kad numatyta siekti prekybos srities specialistų kompetencijų sistema formuoja gero specialisto įvaizdį, savo įgytus gebėjimus gerai vertina didžioji dauguma komercijos, rinkodaros ir globalaus verslo bakalaurų, prekybos bei rinkodaros ir integruotos komunikacijos studijų programų absolventų. Pastebėtina, kad studentų vertinimai daugeliu atvejų aukštesni, lyginant juos su Lietuvos universitetų tyrimo vidutiniu lygiu.

4. Darbdavių anketinės apklausos taip pat patvirtina Ekonomikos fakulteto išleidžiamų prekybos srities specialistų parengimo aukštą kokybę, kurią apibrendintai dešimties balų skalėje išreiškia 9 balai, tai yra „labai gerai“.

Literatūra

- Allan, A.; Pileičikienė, N. (2010). Dėstymo kokybės vertinimas universitetinėse studijose: studentų apklausos panaudojimo galimybės. VDU: Aukštojo mokslo kokybė. Nr. 7, p. 63.
- Galinienė, B.; Čekanavičius, L.; Martinavičius, J.; Miškinis, A. (2003). Vilniaus universiteto ekonomikos fakulteto studijų programos ir jų perspektyvos // *Ekonomika*, Nr. 63, p. 214-225.
- Kauno technologijos universitetas (KTU) (2010). Studijų kokybės užtikrinimas. Prieiga per internetą: http://www.ktu.lt/apie_studijas/studiju_kokybes_uztikrinimas/meniu.asp (žiūrėta 2010.07.16)
- Kohont, A.; Bergoč, J.N. (2010). On the way into the Bologna reform – a consideration of the quality and the role of human resource management in higher education system. Prieiga per internetą: http://skc.vdu.lt/downloads/zurnalo_arch/amk_7/qhe_2010_012_036.pdf.
- Macas, A.; Marcinkevičienė, V. ir kt. (2011). Studijų kokybės vertinimas studentų požiūriu: formų įvairovė bei pasirinkimo galimybės. Prieiga per internetą: http://dspace.kauko.lt/bitstream/handle/1/690/Macas_Marcinkeviciene_straipsnis.pdf?sequence=1.
- Martinavičius, J.; Galinienė, B. (2011). Studijų kokybės užtikrinimas fakultete: universitetinių ekonomikos studijų patirtis // *Acta Paedagogica*, Nr. 26, p. 107 – 120
- Mokslo ir studijų stebėsenos ir analizės centras (MOSTA) (2008a). Kas lemia studijų kokybę? [Analizę parengė dr. Laima Galkutė] // *Švietimo problemos analizė*, Nr. 8 (28). [http://www.smm.lt/svietimo_bukle/docs/pr_analize/SPA\(8\)_kas%20lemia%20studiju%20kokybe.pdf](http://www.smm.lt/svietimo_bukle/docs/pr_analize/SPA(8)_kas%20lemia%20studiju%20kokybe.pdf) (žiūrėta 2014-03-24).
- Mokslo ir studijų stebėsenos ir analizės centras (MOSTA) (2008b). Studentų mokymosi motyvacija, požiūris į studijų kokybę ir mokestis už studijas: tyrimas. Vykdytojas: Spinter tyrimai. Prieiga per internetą: http://www.mosta.lt/images/documents/analize/tyrimai_ir_ataskaitos/2008/studentu_%20poziuris_i_aukstojo_mokslo_sistemos_tobulinima.pdf (žiūrėta 2014 m. vasario 17 d.).

- Ramauskienė, J. (2008). Studijų kokybės valdymas aukštojoje mokykloje: patirtis, tendencijos ir perspektyvos. Prieiga per internetą: <http://baitas.lzuu.lt/~mazylis/julram/15/126.pdf>.
- Šiaulių universiteto socialinių tyrimų mokslinis centras. (2008) Šiaulių universiteto studentų nuomonės apie studijų kokybę tyrimas. Prieiga per internetą: <http://su.lt/filemanager/download/5890/Siauliu%20universiteto%20studentu%20nuomone%20apie%20studiju%20kokybe.pdf>.
- Valiuškevičiūtė, A.; Druskytė, R.; Mikutavičius, I. (2004). Universitetinių studijų kokybės vertinimas: akademinės bendruomenės požiūris. VDU: Aukštojo mokslo kokybė, Nr. 1, p. 38-59.
- Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas (VU EF) (2003). Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto vadybos ir verslo administravimo krypties programų 2003 metų Savianalizė.
- Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas (VU EF) (2008). Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto vadybos ir verslo administravimo krypties laikinai akredituotų programų 2008 metų Savianalizės suvestinė. III tomas, IV tomas.
- Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas (VU EF) (2012). Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto Rinkodaros studijų krypties 2012 metų Marketingo ir integruotos komunikacijos magistro studijų programos savianalizės suvestinė.
- Vilniaus universiteto Ekonomikos fakultetas 1940-2010 (2010).[straipsnių rinkinys / sudarė Venantas Mačėkus]. Vilnius : Vilniaus universiteto leidykla, p. 345
- Vytauto Didžiojo universitetas (VDU) (2012). Studijų reguliamas. Patvirtintas VDU Senato 2012-06-27 posėdyje
- Žibėnienė, G. (2006). Studijų programų kokybės vertinimo koncepcija ir ją veikiantys veiksniai //Acta Paedagogica Vilnensia, 2006, 16, p. 177-189.

PREPARATION OF TRADE SPECIALISTS AT VU FACULTY OF ECONOMICS AND THEIR CORRESPONDENCE TO MARKET NEEDS

Jonas Martinavičius

Summary

This research is dedicated to analyzing the development of preparation process of trade specialists at Vilnius University. Highest focus is laid on the period after the restoration of Lithuanian's independence. Statistical analysis covering dynamics and scope of trade graduates from Trade faculty and later Economics faculty is performed. While revealing aims of study programmes and their achievement through development of generic and subject specific competencies, peculiarities of preparing trade specialists at bachelor and master levels are presented. Qualitative valuation of study programmes aimed at preparing trade specialists, their development and correspondence to market needs is performed employing massive survey data.