

**Востребованность выпускников профессиональных училищ на рынке труда -
показатель качества образовательных услуг.**

*Сергеев Геннадий Геннадьевич, директор ГБОУ НПО ПУ №64 МО, Заслуженный
учитель РФ, к.п.н.*

Актуальность проблемы исследования связана с тем, что появление новых видов экономических отношений в регионах и в целом по стране вызвало изменение социальных ориентиров всех членов общества и в значительной степени ускорило процесс социализации молодежи. На успешную социализацию молодёжи в социокультурных ситуациях в большой мере оказали влияние изменения, происходящие в политической, экономической, социальной и образовательной деятельности государства. Из этого следует, что обозначенная для исследования тема является комплексной и многогранной и лежит не только в области профессионального образования.

Однако изменение экономической ситуации в стране создало совокупность предпосылок к кардинальным и конкретным преобразованиям в системе профессионального образования. В связи с чем уже сегодня жизнеспособность профессиональных образовательных учреждений в современных условиях рынка труда определяется, с одной стороны, качеством и уровнем профессиональной подготовки выпускников, с другой - востребованностью на рынке труда профессий по которым осуществляется подготовка. В настоящее время начинает складываться ситуация, когда на арене рынка труда ведут борьбу с одной стороны молодые рабочие за право получить интересующую их работу, с другой, работодатели за обладание рабочей силой для удовлетворения поставленных перед предприятием задач.

Современных выпускников профессиональных училищ отличают от сверстников предшествующих поколений способность к более быстрой адаптации в меняющихся условиях профессиональной деятельности, относительно высокий уровень общего образования, стремление к упрочению материального положения, прагматичный подход в оценке цены своей рабочей силы.

Осознанное формирование материальных стимулов к труду отмечается у 16-17-летних молодых людей, когда они, будучи второкурсниками, впервые прошли производственную практику на штатных рабочих местах предприятий и организаций. Это связано с расширением объёма их материальных и духовных потребностей, а также продолжающимся процессом социализации. В этом же возрасте происходит активный поиск и выбор вида будущей профессиональной деятельности. Именно в этот период не редки случаи, когда подростки занимаются подработкой после учёбы, переходят из одного учебного заведения в другое или покидают их совсем в погоне за сиюминутной прибылью. Успешность освоения выбранной профессии во многом зависит от того, насколько широко может ознакомиться подросток с миром профессий и специальностей, насколько реальны его представления о будущей собственной трудовой деятельности и востребованности на региональном рынке труда, объёме социального пакета, который ему может предоставить работодатель. [2 стр.102]

В последние годы рынок труда Подмосковского региона показывает, что около 80% вакансий составляют рабочие профессии. С каждым годом, вследствие естественной убыли трудоспособного населения и стремительного развития торговли, значительной концентрации населения внутри и вокруг индустриальных и сельскохозяйственных центров, увеличивается потребность в сварщиках, слесарях (ремонтниках, сборщиках), станочниках, животноводах, водителях транспортных средств, кондукторах, крановщиках, малярах, штукатурах, монтажниках, плотниках, столярах, продавцах; среди должностей служащих некоторый рост потребности произошел по учителям, врачам, медицинским сестрам, воспитателям.

Почему же ежегодные выпуски молодых специалистов и рабочих не сглаживают, а, наоборот, усиливают дисбаланс спроса и предложения рабочей силы на рынке труда? Проведённый нами анализ обозначил комплекс причин. Основными из них являются следующие:

– разрушена система по профессиональной ориентации выпускников школ, которая была ранее направлена на подготовку специалистов и рабочих, востребованных в экономике региона;

- Федеральный закон «Об образовании» (1992 и 2012 годов) упразднил ответственность школы за выполнение плана государственного задания по целевому направлению в учреждения профессионального образования выпускников для обучения по востребованным в регионе профессиям;
- фактически утрачен контроль со стороны государства за тем, кого и в каком количестве готовят учебные заведения (особенно на коммерческой основе). Чтобы сегодня «выжить», многие учебные заведения ориентируются, в основном, на запросы населения, а не на потребность рынка труда;
- отсутствие правового механизма взаимодействия профессионального учреждения с потенциальными партнёрами в сфере экономики региона;
- выбор профессии выпускниками школ и их родителями в большей степени определяется ложным представлением о её престижности в том социуме, где находится подросток, а не востребованностью её на рынке труда;
- в большинстве случаев рабочие места по массовым профессиям непривлекательны для молодежи (низкая зарплата, отсутствие социальных гарантий, неудовлетворительные условия труда и т. д.);
- слабое многоканальное финансирование, направленное на перевооружение материально-технической базы профессиональных учреждений;
- продолжается порочная практика приёма на работу граждан, не имеющих профессионального образования;
- активизация работы по внутрифирменному обучению на предприятиях и муниципальных центрах профессионального образования.

Понятие «рынок труда» включает в себя рынок рабочей силы и рынок рабочих мест. На рынке труда объектами маркетинга являются: рабочая сила и рабочие места. Маркетинг рабочей силы - это маркетинг трудовых услуг. При планировании финансово-экономической деятельности маркетинговые исследования являются одним из основных направлений в ритмичной и эффективной работе профессионального образовательного учреждения.

Маркетинг рабочей силы - это вид деятельности, направленный на достижение оптимального соответствия между спросом и предложением рабочей

силы с целью удовлетворения потребности в труде всех субъектов трудовых отношений. Основными субъектами маркетинга на рынке труда выступают наемные работники, работодатели, государственные службы занятости, негосударственные структуры по содействию занятости, государственная служба миграции населения, профессиональные учебные заведения, профессиональные союзы. Ни один субъект по многим причинам (отсутствие законодательной базы, недостаточность финансовых средств, информации) не берет на себя выполнение всех маркетинговых функций. В связи, с чем для успешной маркетинговой деятельности необходима их координация и взаимодействие.

На современном этапе роль маркетинга в системе управления рынком труда на различных уровнях определяется исключительно целями и задачами экономических субъектов рынка. На регионально уровне роль маркетинга на рынке труда заключается в поддержании соответствия спроса и предложения рабочей силы в конкретных условиях территории. Для принятия решений по формированию новых направлений в подготовке и переподготовке кадров маркетинговая деятельность позволяет выработать долгосрочные программы, учитывающие будущие изменения в тенденциях развития рынка труда. При предложении работниками на рынок труда своей рабочей силы по сложившимся ранее профессиям и квалификационным навыкам маркетинг помогает оценивать их потенциальных потребителей, что обеспечит их трудоустройство.

Для функционирования системы регулирования рационального использования трудовых ресурсов и эффективной подготовки молодых рабочих администрацией образовательного учреждения осуществляются такие маркетинговые функции, как:

- маркетинговые исследования спроса на рабочую силу и её предложение;
- стратегическое планирование;
- реклама и стимулирование трудоустройства;
- независимая оценка освоения выпускниками профессиональных компетенций;
- определение цены рабочей силы.

Для стратегии развития профессионального учреждения это очень важно, так как позволяет эффективно и своевременно оценить ситуацию на рынке труда и дать

с достаточной степенью достоверности прогноз изменения рыночной конъюнктуры, скорректировать учебные планы и программы с целью повышения уровня профессионального образования. Следовательно, оперативно изменить плановые цифры и перечень профессий, необходимых для решения проблем региональной экономики, удовлетворить запросы работодателей.

Проведённый нами анализ наглядно показал, что положение молодежи на рынке труда в пределах городского округа Химки обуславливается двумя важнейшими обстоятельствами. Во-первых, молодые люди составляют более тридцати процентов трудоспособного населения, во-вторых, они – основа экономического и политического пространства, и от стартовых условий их деятельности зависит последующее развитие Подмосковья. Молодежь уже сегодня во многом определяет политические, экономические и социальные структуры общества.

Каким инструментом и на основе какой нормативно-правовой базы можно измерить востребованность выпускников на региональном рынке труда и будет ли этот показатель объективной оценкой предоставления образовательным учреждением качественных образовательных услуг? Справедливости ради надо отметить, что в целом данное исследование проводится в условиях отсутствия нормативно-правовой базы. При этом используются прямой и косвенный метод анализа статистических данных городского центра занятости и заявок от потенциальных работодателей.

На основе имеющихся в распоряжении администрации училища сведений в течение последних десяти лет ни один из выпускников училища не зарегистрирован в списках городского центра занятости. Это обстоятельство, с одной стороны, говорит о том, что качество профессиональных компетенций молодых рабочих устраивает работодателей, с другой – о высокой степени их мобильности. Администрация училища систематически корректирует перечень профессий. В целях сохранения баланса трудовых ресурсов на региональном рынке труда и повышения качества профессионального образования в 2010 году был произведён последний набор по профессиям «Автомеханик» и «Оператор электронно-

вычислительных машин», а в 2012 году – «Продавец, контролер-кассир». Это обстоятельство позволяет сосредоточить финансовый, кадровый и организационный потенциал на предоставлении качественных образовательных услуг по востребованным на территории городского округа Химки профессиям для предприятий ракетно-космической отрасли и сферы общественного питания.

В ходе постоянного опроса выпускников обнаруживается положительная реакция молодежи на возможности активного участия в «свободной» экономике территории. Однако структурные сдвиги в спросе на рабочую силу являются скорее отражением кризиса в экономике и не эффективного использования трудовых ресурсов работодателями. Современный рынок труда трансформирует отраслевую структуру в соответствии со своими потребностями. Стремительно растёт спрос рабочей силы в отраслях непроемчивой сферы, особенно в тех, которые быстрее коммерциализировались: банки, страховые, консалтинговые, аудиторские и инвестиционные компании, предприятия торговли. Здесь заработная плата сотрудников в несколько раз превышает заработную плату рабочих в производственной сфере экономики.

На наш взгляд, если сохранятся существующие в настоящее время тенденции в воспроизводстве квалифицированных кадров, то в ближайшей перспективе можно ожидать роста безработицы с одной стороны среди молодых специалистов, получивших профессию не востребованную на региональном рынке труда, и, как следствие, падение качества освоения профессиональных компетенций, с другой стороны – среди неквалифицированного населения, и прежде всего, среди молодежи–выпускников общеобразовательных школ, не продолжающих дальнейшего образования и не имеющих профессии или необходимой квалификации.

Для эффективного решения этих задач на наш взгляд нацелена и успешно реализуется программа модернизации образовательного пространства и оптимизации профессиональных учреждений Подмосковского региона, совершенствование системы утверждения государственных заданий на подготовку

рабочих кадров и функционирование образовательных учреждений на основе душевого финансирования.

Рост конкуренции в сфере образования, ужесточение требований со стороны работодателей к качеству образовательных услуг, вхождение России в европейское образовательное пространство привели к прямой ориентации на потребителя. Это объективная реальность и чтобы профессиональное учреждение было успешным с этим надо считаться.

Использованная литература.

1. Винтин И. А. Особенности социального самоопределения старшеклассников / И. А. Винтин // СОЦИС, 2004. №2.

2. Г.Г. Руденко, А.Р. Савелов Специфика положения молодежи на рынке труда//Журнал “Социс” 2002г. №5, стр.101-107

4. Журнал “Вопросы экономики” 1998г. №1, стр. 92-98

5. Журнал “Социс” 1999г. №11 стр. 91-97.

6. Киреенко Л. В. Результаты социологического исследования профнамерений учащихся выпускных классов общеобразовательных учреждений Московской области http://www.labourmarket.ru/Pages/conf1/book2_html/13_kireenko.htm

7. Российский статистический ежегодник 1999г.

8. Шиманова А.В. Организационно-педагогические проблемы соответствия специалистов современному рынку труда: Дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 : Москва, 2000 152 с

9. Шушарин Л. П., Куликов В. Н. Управление федеральной государственной службы занятости населения по Челябинской области, г. Челябинск
depzan@szn74.ru

10. Ярцев Д. В. Влияние социально-экономической деятельности на процесс формирования самооценки подростка / Д. В. Ярцев // Психология и школа. 2002. №1. С. 44-57.