

Л. Ф. Беликова,
Т. А. Дряхлова

**ТРЕБОВАНИЯ РАБОТОДАТЕЛЕЙ
К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ КОМПЕТЕНЦИЯМ
РЕМЕСЛЕННИКОВ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Результаты успешного функционирования в течение шести лет в Екатеринбурге в качестве федеральной экспериментальной площадки Уральского техникума ремесленников-предпринимателей (до мая 2005 г. – лица), в частности, итоговые аттестации учащихся, показали, что выпускники строительных специальностей, подготовленные по экспериментальным ремесленным профессиям (маляра-дизайнера, плиточника-мозаичника, столяра), обладают полным набором профессиональных компетенций, позволяющих им успешно строить свою профессиональную карьеру в условиях рыночной экономики¹. Они умеют: осуществлять все виды работ с высоким качеством изготовления продукции технологического процесса по ремесленной профессии; применять в работе современные технологии выполнения ремесленных работ по профессии; анализировать заказы и консультировать заказчиков (по технологическим, эстетическим, ценовым аспектам); проектировать работы, планировать ход их выполнения, производить калькулирование затрат на выполнение заказов; проводить технико-экономические и бухгалтерские расчеты, рассчитывать и анализировать рентабельность предприятия; проводить маркетинговые исследования по отбору номенклатуры производимых товаров; работать с нормативными документами, регламентирующими деятельность малого предприятия; работать с технической документацией, справочной литературой, применять современные компьютерные методы обработки материалов [2, с. 111–112].

Работодатели также отмечают преимущественные качества выпускников: хорошую адаптацию на рабочем месте, умение работать с технической документацией, знание требований, предъявляемых

¹ Работа выполнена в рамках исследования «Возрождение ремесленничества в Уральском регионе: социальные предпосылки, проблемы и пути их решения» при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (грант № 05-03-03081а).

к качеству результата труда, а также дисциплинированность, ответственность, аккуратность, эмоциональную устойчивость, культуру общения. Все эти квалификации ремесленников-предпринимателей, обеспечивают их конкурентоспособность на рынке труда, помогают взаимодействовать в профессиональном сообществе и в обществе, в принципе выгодно отличают их от строителей – не ремесленников, имеющих узкоспециализированную подготовку.

Однако, как показывает опыт, результаты первых зондажных социологических исследований [1], в условиях современных непрерывных экономических изменений выпускники строительных специальностей ремесленного профиля, получившие экспериментальную подготовку, попадают в ситуацию несоответствия своей профессиональной компетентности, составляющей их экономический потенциал на рынке труда, требованиям работодателей, требованиям к рабочему месту; в ситуацию неготовности работодателей выстраивать нетрадиционные профессиональные отношения с ремесленниками на основе учета самооценки качеств, которыми они обладают. Данная ситуация, свойственная в целом системе взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг НПО и СПО, приводит к разрыву между государственным образовательным стандартом и потребностями работодателя, связанными с определенным типом и уровнем практической подготовленности работника, что позволяет говорить о наличии двойного стандарта: образовательного и профессионального. Для ремесленного образования ситуация осложнена отсутствием пока государственного стандарта.

Все это детерминирует актуализацию социологического изучения (в частности, диагностики и проектирования) средств адаптации выпускников ремесленников-предпринимателей к рабочему месту, требованиям работодателей.

Библиографический список

1. *Беликова Л. Ф.* Социологическая диагностика проблем социально-профессиональной адаптации выпускников ремесленных специальностей // Сб. науч. статей. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2005. С. 22–42.

2. Доронин Н. А., Таршиш Т. А. Управление качеством профессионального образования по интегрированным образовательным программам начального и среднего профессионального образования // Социально-организационные основы развития ремесленничества в России: Сб. науч. статей. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2005. С. 104–112.

Л. Ф. Беликова,
С. В. Сабурова

СПРОС НА РЕМЕСЛЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА

Наличие в обществе потребности в ремесленных услугах порождает спрос на соответствующее профессиональное образование. Спрос, в свою очередь, предполагает предложение – так формируется рынок ремесленных образовательных услуг¹.

В условиях экспериментального формирования самостоятельной отрасли профессионального образования, ремесленного², помимо задач его методологического, психолого-педагогического, правового обеспечения встает задача создания научно-обоснованной *системы учета спроса и предложений на данный вид образовательных услуг – образовательного маркетинга*.

На уровне образовательного учреждения организация маркетинговой деятельности предполагает учет определенных *требований*:

1. Ориентация профессионального обучения на запросы потребителей образовательных услуг; глубокие и всесторонние социологические исследования рынка, рыночной среды, мотиваций потребителя, а также возможностей образовательного учреждения.

¹ Работа выполнена в рамках исследования «Возрождение ремесленничества в Уральском регионе: социальные предпосылки, проблемы и пути их решения» при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (грант № 05-03-03081а)

² В Екатеринбурге – на базе Уральского техникума ремесленников-предпринимателей, где за пять лет его существования состоялось два выпуска специалистов строительных профессий ремесленного профиля с начальным образованием, один выпуск ремесленников-предпринимателей со средним профессиональным образованием.