

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Если полтора десятка лет назад, единственным инвестором-заказчиком профессионального образования выступало государство, а личные инвестиции каждого члена общества в собственное обучение были столь ничтожны, что стоимость образования на этапе его получения мало кого волновала, то в современных условиях за образовательную услугу, по законам рынка, должен «платить» тот, кто в ней заинтересован.

Кто же сегодня выступает потребителем профессиональных образовательных услуг?

Во-первых, образовательные услуги удовлетворяют потребности обучающегося человека в духовном и интеллектуальном развитии, в необходимости приобретения той или иной специальности. По мере получения образовательных услуг у человека возрастает объем профессиональных знаний, умений и навыков и, тем самым, возрастают его возможности выигрывать в конкурентной борьбе на рынке труда. Можно сказать, что эта «возможность» и определяет его качество (потребительскую стоимость) как рабочей силы. С формированием свободного рынка труда и рынка образовательных услуг точный выбор профессиональной подготовки становится важным условием профессиональной успешности любого человека и его конкурентоспособности на рынке труда.

Во-вторых, потребителем выступает государство, в лице федеральных, региональных и муниципальных властей, как основной заказчик образовательных услуг. Именно государство направляет развитие образования в соответствии с потребностями развития общества. В связи с этим государство, как заказчик, оплачивает услуги образовательных учреждений в заданных им пределах, определяя их с помощью государственных стандартов, содержания образования, критериев качества, количества обучающихся на каждой ступени образовательной системы, временных рамок обучения и т. д.

В-третьих, в качестве потребителей образовательных услуг выступают работодатели выпускников профессиональных образовательных уч-

реждений, которые определяют цену результатов педагогического труда размерами первичной и последующей заработной платы нанимаемых работников, перспективами их карьерного роста, предоставляемыми возможностями реализовать приобретенные профессиональные знания и умения и творческий потенциал в производственной сфере.

В-четвертых, в развитии профессионального образования заинтересовано само образовательное учреждение, являющееся получателем финансовых средств и материальных ресурсов за подготовленного специалиста. В данном случае, образовательное учреждение может быть представлено как совокупность рабочих мест определенных профессий и квалификаций.

В-пятых, в функционировании образовательного учреждения заинтересованы и профессиональные образовательные учреждения более высокого уровня, «получающие» выпускников друг от друга.

В-шестых, в образовательных услугах заинтересована семья, как участник экономических отношений, получающая выпускника, как более высокооплачиваемую рабочую силу, т. е. как дополнительный источник финансовых поступлений в семейный бюджет.

Обозначенные выше, а также другие заинтересованные экономические субъекты в своем отношении к профессиональным учебным заведениям могут быть охарактеризованы как социальные партнеры.

Таким образом, социальное партнерство в сфере профессионального образования – это система взаимоотношений, основанная на распределении ответственности и направленная на обеспечение интересов всех субъектов образовательного процесса – обучающихся, педагогов, родителей, администрации образовательного учреждения, работодателей, органов государственной власти и местного самоуправления, других образовательных учреждений, общественных организаций, государственных учреждений и прочих участников по вопросам качества профессионального образования и трудоустройства выпускников учебных заведений. Другими словами система социального партнерства охватывает процессы и профессиональной подготовки и трудоустройства выпускников.

Тем не менее, общий уровень социального партнерства в российской системе профессионального образования, несмотря на положительную динамику, не соответствует требованиям сегодняшнего дня. Назовем лишь самые уязвимые места.

Во-первых, общая результативность взаимодействия образовательных учреждений и предприятий зависит от уровня развития именно производственной сферы, отраслевой принадлежности предприятия и позиции местных властей. Несмотря на широкие возможности, социальное партнерство в сфере профессионального образования реализуется ограниченно, и, в основном, представлено в форме производственной практики студентов на предприятиях и в организациях.

При этом большинство предприятий до сих пор занимают иждивенческую позицию по отношению к учреждениям профессионального образования, выступая только в роли «кадрополучателя», а не заказчика рабочей силы. Инициатива в развитии социального взаимодействия между учреждениями профессионального образования и предприятиями города принадлежит в основном руководству образовательных учреждений.

Во-вторых, заказы предприятий на подготовку кадров носят, как правило, краткосрочный характер (под конкретный производственный заказ), отсутствуют долгосрочные программы кадрового воспроизводства в соответствии с развитием предприятия, в то время как образовательные программы на подготовку квалифицированных работников рассчитаны на большой временной лаг не менее 3–4 лет.

В-третьих, там, где предприятия идут на правовое оформление отношений с образовательными учреждениями, они сами исключают большинство пунктов договора, относящихся к обязанностям предприятия (ресурсное обеспечение, ответственность за организацию производственной практики и т. д.).

В-четвертых, законодательно-нормативная база не предусматривает экономических стимулов по взаимодействию предприятий и образовательных учреждений. В настоящее время инвестиции в профессиональное образование облагаются налогами, «неурегулированы» вопросы налогообложения при передаче имущества на образовательные цели, поэтому имеет место практика «списания» с баланса предприятия и передача «из рук в руки» в образовательные учреждения технологического оборудования, инструмента, средств без соответствующего нормативного оформления.

И, в-пятых, еще одной из проблем, напрямую относящейся к социальному партнерству предприятий и образовательных учреждений, является реальная угроза безработицы для выпускников профессиональных образовательных учреждений. На этом, крайне негативном явлении, остановимся несколько подробнее.

Как известно, одним из основных критериев качества профессионального образования является востребованность его выпускников на рынке труда. Особенно это актуально в настоящее время, так как «советский» КЗоТ, согласно которому каждый выпускник профессионального учебного заведения должен был обеспечиваться «работой в соответствии с полученной специальностью и квалификацией», уже не действует. Экономические и правовые изменения последних лет повлекли за собой перемены в характере взаимоотношений между учебными заведениями и предприятиями в вопросах подготовки рабочих и специалистов. Сегодня отсутствует система государственного распределения выпускников профессиональных учебных заведений, а предприятия и организации самостоятельно определяют свою кадровую политику, по сути, не ориентируясь на «результаты» деятельности профессиональных учебных заведений.

Официальная статистика, как правило, часто не регистрирует выпускников учреждений профессионального образования как безработных. К тому же молодежь реже, чем представители других демографических групп, встают на учет на бирже труда. Зачастую молодежь обходит службу занятости стороной из-за того, что пособия по безработице невелики, привлекательных рабочих мест, предлагаемых службой занятости, мало, а доступ к программам переподготовки ограничен из-за скудости ресурсов. Поэтому молодые предпочитают трудоустраиваться «по знакомству», прежде всего через посредничество родных и друзей.

При этом, даже выпускники, которые получили профессии, востребованные на рынке труда, трудоустраиваются не все. Одной из причин является позиция руководства предприятий, отдающего предпочтение работникам, уже имеющим трудовой стаж и опыт работы.

Итак, что дает социальное партнерство его участникам?

Образовательному учреждению: эффективное организационно-педагогическое развитие, устойчивое материально-техническое и финансовое обеспечение, приток новых педагогических кадров, социальную защищенность выпускников, расширение рынка образовательных услуг, оперативность в реагировании на запросы потребителей.

Предприятию: ведение более эффективной кадровой политики, позволяющей, просчитывать текущие и перспективные потребности в кадрах и выстраивать в будущем взаимоотношения с образовательными учреждениями, повышение культуры производственных отношений, омоложение

кадрового состава и уменьшение текучести кадров, решение вопросов переподготовки, получения новых профессий, повышения квалификации работников предприятия.

Местной власти: более гибкое реагирование на кадровые потребности рынка труда, дополнительные каналы финансирования образовательных учреждений, развитие материальной базы учебных заведений соответствующей современным производственным технологиям, гарантии трудоустройства значительной части выпускников профессиональных образовательных учреждений.

Таким образом, социальное партнерство в сфере профессионального образования выступает важным инструментом стратегического развития не только системы профессионального образования, но и других социальных сфер территории.

А. Р. Ишмуратов,

Т. К. Руткаускас

Екатеринбург

К ВОПРОСУ УЧЕТА ФАКТОРА ДЕМОТИВАЦИИ В КАДРОВОЙ РАБОТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Каждое успешное предприятие представлено, прежде всего, людьми, которые работают на нем, они – его творческий и профессиональный потенциал. И хотя сегодня не так сложно найти ту или иную технологию менеджмента, направленную на мотивацию персонала к эффективному выполнению своих должностных обязанностей, у современного работодателя все чаще возникают вопросы по эффективному использованию имеющегося инструментария мотивации работников.

Нередко в представлениях работодателя присутствует определенная схема мотивации, некий стереотип, под который он пытается «подогнать» использование тех или иных технологий менеджмента. Этот стереотип можно описать, как необходимость предоставить работнику возможность удовлетворить свои потребности через определенное вознаграждение, компенсацию за потерю своего свободного времени и сил. Оклад, проценты, бонусы, подарки – вот те инструменты, которые, по мнению работодателя, позволяют «расшевелить» свой персонал и удержать в компании самых