

Решение

заседания комитета по развитию потребительского рынка Северной торгово-промышленной палаты по вопросу **«Подготовка кадров для предприятий сферы потребительского рынка товаров и услуг Мурманской области. Проблемы и ожидания»**

г. Мурманск

05.06.2014

Образование является решающим фактором социально-экономического развития страны. В образовательных учреждениях формируется интеллектуальный потенциал человеческих ресурсов, что и определяет успехи в её развитии, и благосостояние общества в значительной степени зависит от функционирования системы образования, от того, какие специалисты приходят на рынок труда и как они способны адаптироваться, встраиваться в современную структуру предприятий (учреждений) и способствовать их прогрессивному развитию и страны в целом.

Для обеспечения этой задачи формируется система отношений между образовательными учреждениями и предприятиями, союзами работодателей, объединениями трудящихся, службами занятости, управлением образованием. Одним из важных условий эффективности работы является изучение рынка труда и взаимодействие со всеми субъектами рынка труда, социальное партнерство, направленное на осуществление согласованных действий и реализацию интересов всех участников процесса.

В Мурманской области подготовку кадров для предприятий потребительского рынка осуществляют достаточное количество учреждений высшего и среднего специального образования в соответствии с утвержденными образовательными стандартами и программами.

Так, например, в ФГБОУ ВПО «МГТУ» осуществляется подготовка бакалавров и магистров по разным направлениям: экономика, менеджмент, бизнес-информатика, торговое дело, товароведение, технология продукции и организация общественного питания.

Основную образовательную программу подготовки бакалавров отличает практическая ориентированность.

Цель основной образовательной программы направления «Торговое дело» - подготовка для российского рынка труда профессионалов, способных решать задачи по организации, управлению и проектированию процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, логистики, материального обеспечения и сбыта в компаниях разных сфер экономики, различного масштаба и форм собственности. Однако вузу очень сложно налаживать связи с работодателями.

Одним из обязательных циклов объектно-ориентированного программирования является прохождение учебной и производственной практик студентами. Очень часто эти практики студенты проходят чисто формально. Работодатели считают студентов обузой. Не назначают им руководителей практики от предприятия, не предоставляют никаких сведений о предприятии, структуре управления, заявляя, что все это – коммерческая тайна. Часто возникают проблемы и с получением каких-либо финансовых данных. Но без этого невозможно научиться работать с бухгалтерскими документами, проводить оценку результатов финансово-хозяйственной деятельности, анализ маркетинговой, торговой, логистической деятельности.

Необходимо, чтобы студенты могли проводить анализ в динамике, чтобы они приобретали умения и навыки аналитической работы и прогнозирования результатов.

Образовательные стандарты по специальностям «Торговое дело», «Экономика» предусматривают привлечение не менее 5 % преподавателей из числа действующих руководителей и специалистов профильных организаций, предприятий и учреждений. Но очень сложно найти желающих.

Мурманский технологический колледж сервиса – многопрофильное образовательное учреждение, в котором ведется подготовка специалистов среднего звена и квалифицированных рабочих по специальностям и профессиям сферы сервиса, также по программам

профессиональной подготовки, переподготовки и дополнительного образования. Производственная практика студентов проводится в учебно-производственных мастерских, творческих лабораториях и на предприятиях различных организационно-правовых форм (в салонах красоты, парикмахерских, магазинах, турфирмах, гостиницах, кафе, ресторанах, ателье и т.д.), на основе прямых договоров, заключаемых между организацией и колледжем. На сегодняшний день заключено 82 таких долгосрочных договора, ежегодно более 100 договоров заключаются на определённый вид практики.

Одной из форм социального партнёрства является целевая подготовка специалистов для конкретного предприятия. Колледж готов к сотрудничеству в заключении 3-х сторонних договоров: работодатель-колледж-студент. По условиям договора колледж готовит необходимые предприятию кадры, руководствуясь образовательными стандартами, согласовывая программу производственной практики. Студент в свою очередь берёт на себя обязательство отработать на предприятии после завершения обучения определённое количество лет. Таким образом, как только предприятия становятся реальными покупателями образовательных услуг, они начинают контролировать их качество, ориентируясь на конечный результат - трудоустройство по полученной специальности. Колледж готов уже сейчас заключать такие договоры, но очень осторожно ведут себя работодатели. Все хотят получить высококвалифицированного работника со стажем работы, но не стремятся принять участие в подготовке этого работника.

Отсутствие тесного взаимодействия работодателей с учебными заведениями при формировании штата предприятий приводит к неудовлетворительным последствиям для потребительского рынка в целом.

Исследования розничной торговли в Мурманске показали, что отзывы покупателей о качестве обслуживания носят негативный оттенок. Причиной тому низкая квалификация продавцов, которые не могут дать потребителю полноценную информацию о товаре и квалифицированный совет по его использованию (потреблению). Руководители предприятий, использующие труд неквалифицированных работников снижают этим качество торгового обслуживания, а современные покупатели хотят видеть в магазинах не просто вежливых, но компетентных продавцов.

Качественная профессиональная подготовка и обеспечение постоянного повышения квалификации работников массовых профессий, а также правильная мотивация персонала руководством предприятий являются основными факторами, обеспечивающими качество обслуживания покупателей в розничных предприятиях торговли.

Потребительский рынок бытовых услуг населению Мурманской области отличается значительной неоднородностью. Большое распространение получили парикмахерские и косметические услуги, высокими темпами развивается сеть предприятий общественного питания, востребованы услуги клининговых компаний, потребителями которых являются как организации, так и физические лица. В то же время, наблюдается снижение количества предприятий, оказывающих услуги в сфере пошива и изготовления швейной и трикотажной одежды (в основном предлагаются услуги ремонта), пошива и ремонта обуви. Также недостаточно предприятий, оказывающих услуги в сфере химической чистки одежды. И одним из факторов, ограничивающим развитие рынка бытовых услуг, является в том числе дефицит квалифицированного персонала в этой сфере.

Кроме того, существует такая проблема: молодые специалисты не идут работать по своему профилю. Так, например, подготовку швей, парикмахеров и других мастеров бытового обслуживания осуществляет Мурманский технологический колледж сервиса. Систематизация колледжем данных о трудоустройстве выпускников показывает, что парикмахеры, как правило, устраиваются по специальности, а вот швеи после выпуска из учебного заведения буквально «испаряются». Причиной такого положения вещей служит несоответствие условий организации и оплаты труда данных специалистов его трудоемкости и качеству. В связи с этим, руководителям предприятий сферы бытовых услуг необходимо изменить отношение к организации рабочих мест необходимых им специалистов и стимулированию их труда.

Участники заседания, обсудив качество подготовки кадров для предприятий сферы потребительского рынка Мурманской области и вопросы социального партнерства в этой области, решили:

1.Рекомендовать руководителям высших и средних специальных образовательных учреждений Мурманской области:

- повысить качество подготовки работников массовых профессий для розничной торговли с учетом современных требований к товароведению, организации торговых процессов и техническому оснащению предприятий;
- при подготовке специалистов для сферы торговли, общественного питания, других потребительских услуг обеспечить более тесную увязку теоретического материала с практическими навыками на основе соглашений с предпринимателями;
- привлекать выпускников учебных заведений, занимающих ведущие позиции на предприятиях, к участию в образовательном процессе в целях внедрения практико-ориентированных методов обучения, повышения качества профессиональной подготовки специалистов.

2. Рекомендовать руководителям предприятий сферы потребительского рынка для решения проблем укомплектованности штата работниками нужной квалификации:

- повысить требования к квалификации персонала, осуществлять мероприятия по повышению квалификации сотрудников на постоянной основе;
- обеспечить создание условий труда в соответствии с современными стандартами его организации, оплату труда в соответствии с его трудоёмкостью и качеством;
- для решения вопроса текучести кадров вводить в практику гибкие системы стимулирования труда, а не штрафов;
- обеспечить постоянный контакт и сотрудничество с учебными заведениями, осуществляющими подготовку кадров профильных специальностей, а также участие в образовательном процессе.

Участники заседания, обсудив кандидатуры на пост Председателя комитета по развитию потребительского рынка, решили:

3. Избрать Председателем комитета по развитию потребительского рынка при Северной торгово-промышленной палате на новый срок Перегородова Антона Петровича – директора Мурманского филиала ОАО «ВымпелКом» ТМ Билайн.

Председатель комитета по развитию
потребительского рынка при Северной ТПП

С.К.Плисов