

# ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА КАК ФУНДАМЕНТ СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

**А.Н. Шебанов, О.В. Митасова**

*ОБОУ СПО «Железнодорожный горно-металлургический колледж»  
г. Железнодорожный, Курская область,  
jgmk@kursknet.ru*

Город Железнодорожный – молодой промышленный город. Градообразующим предприятием является ОАО «Михайловский горно-обогатительный комбинат», но за последние 10 лет появились ряд средних и довольно крупных промышленных предприятий, серьезным образом влияющих на экономику города и района. В рамках государственно-частного партнерства на основании заключенных договоров Колледж сотрудничает с 23 предприятиями города:

- ОАО «Михайловский ГОК»,
- ООО «Завод по ремонту горного оборудования»,
- ООО ПО «Вагонмаш»,
- ЗАО «Железнодорожный вагоноремонтный завод»,
- ОАО «Рудоавтоматика»,
- ЗАО «ГОТЭК»,
- ОАО «Центрметаллургремонт» и другими.

Основным стратегическим партнером колледжа является ОАО «Михайловский ГОК».

На современном рынке образовательных услуг наблюдается ситуация при которой предлагаемые профессиональными образовательными организациями образовательные программы, не соответствуют требованиям рынка труда, требованиям работодателей. Кроме того наши исследования, проводимые с 2007 года показывают, что требования к образовательной услуге и спрос на нее со стороны первичного потребителя – личности и вторичного потребителя – работодателя находится в явном несоответствии. Учащиеся общеобразовательных школ – потенциальные абитуриенты колледжа, а возможность трудоустройства после окончания колледжа является для многих важным мотивом выбора образовательного учреждения и специальности. Ежегодно колледж проводит маркетинговые исследования с целью определения устремлений и планов на будущее учащихся основной средней школы.

По итогам проведенного исследования в 2013 – 2014 учебном году можно сказать, что половина школьников 9-х классов стремятся перейти в 10 класс (54 %), и другая половина собирается продолжить свое обучение в профессиональных образовательных организациях. Наиболее престижными профессиями школьники выделяют информационные технологии и программирование, менеджмент и экономику, а также шоу-бизнес и юриспруденцию. Негативным фактором является то, что современная молодежь стремится уехать в более крупные и перспективные города, что может привести в нашем городе к ситуации кризиса рабочей силы и «утечки мозгов». На ОАО «Михайловский ГОК» - основное градообразующее предприятие нашего города и основной потребитель рабочей силы такая ситуация также может отразиться негативно, так как работать на комбинате пожелали только 28 % из числа опрошенных. В связи с этим с учетом длительности цикла образовательных услуг, спрос на образовательные услуги важно прогнозировать и целенаправленно формировать, с учетом региональных и отраслевых сегментов и особенностей рынка труда нашего города или региона в целом. Поэтому одной из задач колледжа является задача создания и развития системы формирования спроса, которая позволяет, на наш взгляд, регулировать потребности потребителей образования, ориентируя и пропагандируя их на перспективные

направления подготовки исходя из настоящих и будущих потребностей регионального рынка труда.

Реализация системы формирования спроса на образовательные услуги, на наш взгляд, дает образовательному учреждению возможность управлять спросом, в интересах развития экономики города, личности и для своего собственного развития.

Фундаментом системы формирования спроса ее отправной точкой являются исследования рынка труда, потребностей работодателей на перспективу и требований работодателей к качеству подготовки выпускников.

Изучение рынка труда осуществляется во взаимодействии с социальными партнерами с целью обеспечения соответствия структуры и масштабов подготовки специалистов среднего звена и высококвалифицированных рабочих потребностям экономики. Необходимо отметить, что предприятия и организации не готовы пока дать конкретный прогноз востребованности тех или специалистов или рабочих квалификаций, особенно на перспективу. Наш опыт показывает, что образовательные организации в этом аспекте должны сами, как более подготовленные использовать специальные методики, которые позволяют активизировать работодателей.

Для исследования и работы с предприятиями нами была разработана и успешно развивается следующая методика, предполагающая проведение исследований в нескольких уровнях:

Первый уровень – сбор информации о предприятиях, профиль работающих специалистов и рабочих, ранжирование предприятий и организаций по секторам экономики. Результатом исследования является определение тех предприятий, которые интересны для исследования.

Второй уровень исследования - анализ потребностей в профилях. Результатом подобного анализа является общее представление о наличии профессий в данном секторе рынка труда. Он может быть использован для исследования потребностей в новых работниках, и, следовательно, в потребностях их обучения.

Третий уровень – исследование потребностей в специфическом профиле компетенции.

Первый уровень исследования носит теоретический характер. Вторым и третьим уровни исследования требуют хорошего знания исследуемой области. Поэтому необходимым условием проведения исследования на втором и третьем уровне является создание компетентной группы, состоящей из специалистов профессионального образовательного учреждения и представителей предприятий. Важным условием формирования группы является компетентность представителей группы в перспективах развития отрасли. Необходимо иметь ввиду, что опыт многих предприятий в подобного рода исследованиях, очень ограничен, поэтому на наш взгляд, данная работа должна проводиться при соблюдении определенного алгоритма. Первому посещению предприятий должно предшествовать письменное уведомление о смысле, цели и характере исследования. Может быть обращение к руководству предприятия, на которых работают выпускники представить следующую информацию: выборку работающих выпускников (данную информацию, предприятия дают охотно), предложить предприятиям изложить перечень недостатков в подготовке специалистов и их предложения по совершенствованию подготовки. Ответы на эти вопросы, как правило, обращают внимание работодателей к проблеме исследования.

Важно, чтобы исследовательской группе была предоставлена возможность посетить предприятие и задать вопросы соответствующим специалистам. Некоторый опыт колледжа, показывает необходимость ведения индивидуального диалога на каждом предприятии. Двусторонний контакт с представителями предприятий города, установленный в ходе проведения исследования, следует поддерживать и развивать, чтобы обе стороны чувствовали себя активными участниками. В процессе исследования ведущие специалисты и руководители предприятий начинают видеть перспективы

кадрового потенциала, что облегчает решение вопросов по оформлению заказов от предприятий.



Рисунок 1 – Система исследования работодателей

Изучение рынка труда ОБОУ СПО «ЖГМК» осуществляет во взаимодействии с социальными партнерами с целью обеспечения соответствия структуры и масштабов подготовки специалистов потребностям экономики.

С целью определения перспективных направлений подготовки специалистов и рабочих квалификаций 2 раза в течение учебного года проводится анкетирование работодателей по вопросам востребованности профессий, специальностей и направлений подготовки. Обсуждение результатов анкетирования проводится при проведении Ярмарки вакансий, которая проводится в колледже ежегодно в ноябре-декабре месяце, перед уходом студентов выпускных курсов на практику.

Результаты изучения рынка труда позволяют выявить востребованные направления подготовки, осуществить подготовку к лицензированию программ, получить лицензию и начинать реализацию системы формирования спроса на ту или иную программу.

Рынок труда в городе имеет специфическую структуру и зависит от развития той или иной отрасли. Наши исследования показывают, что в городе востребованы как высококвалифицированные рабочие, так и специалисты среднего звена. Очень высокая необходимость подготовки специалистов среднего звена по специальностям колледжа: Техническая эксплуатация и обслуживание электрического и электромеханического оборудования (по отраслям), Обогащение полезных ископаемых, Metallургия черных металлов, Программирование в компьютерных системах. Исследования, проводимые в 2012 - 2013 году показали необходимость подготовки специалистов для УЖДТ ОАО «Михайловский ГОК», по специальности 190701 «Организация перевозок и управление на транспорте» и для предприятий строительного профиля «Строительство и эксплуатация зданий и сооружений». В этом учебном году колледж сделал первый набор студентов по данным специальностям.

Если рассматривать подготовку квалифицированных рабочих по программам СПО, то здесь тоже наблюдается некоторая закономерность в зависимости от темпов развития отрасли. Исследование предприятий ЗАО «Стройтехмаш», ООО «Специализированных строительных работ», ЗАО «Агропромдор», ЗАО «ЗЖБИ - 3», ООО «Железногорская МСО», ЗАО «Железногорский кирпичный завод», ЗАО «Матис» выявили необходимость подготовки квалифицированных рабочих строительного и дорожно-строительного профиля.

Самыми востребованными являются следующие специальности:

- 270802.10 Мастер отделочных строительных работ,
- 270802.07 Мастер столярно-плотничных и паркетных работ,
- 190629.01 Машинист дорожных и строительных машин,
- 190629.07 Машинист крана,
- 150709.02 Сварщик (электросварочные и газосварочные работы).

По результатам исследования большой спрос на профессии рабочих по программам профессионального обучения, переподготовки и повышения квалификации рабочих по следующим направлениям:

1. Для предприятий строительного и дорожно-строительного профиля:

- Стropальщик,
- Слесарь по ремонту дорожно-строительных машин и тракторов,
- Машинист бульдозера,
- Машинист крана автомобильного,
- Машинист крана (крановщик),
- Электрогазосварщик,
- Машинист экскаватора одноковшового,
- Тракторист,
- Машинист скрепера (скреперист),
- Водитель погрузчика,
- Каменщик и бетонщик.

2. В ОАО «Михайловский ГОК» постоянно требуются:

- Агломератчик,
- Лаборант по физико-механическим испытаниям,
- Машинист конвейера,
- Машинист насосных установок,
- Грохотовщик,
- Дозировщик,
- Дробильщик,
- Машинист мельниц,
- Машинист эксгаустера,
- Обжигальщик,
- Фильтровальщик,
- Оператор пульта управления,
- Сепараторщик,
- Электрослесарь (слесарь) дежурный и по ремонту оборудования.

В 2012 году в результате исследования была выявлена необходимость подготовки по программе Электромонтер по обслуживанию подстанций и в 2013 году по данной программе успешно обучаются безработные, взрослое население и студенты старших курсов.

3. На других промышленных предприятиях таких как ЗАО «Железнодорожный вагоноремонтный завод», ЗАО «ГОТЭК», ОАО «Рудоавтоматика», ОАО «Центрметаллургремонт», ООО ПО «Вагонмаш», и другим требуются:

- Токари,
- Слесарь по ремонту автомобилей,
- Слесарь по ремонту подвижного состава,
- Слесари по ремонту оборудования,
- Водители категорий «В», «С», «Е».

Ввиду высокой востребованности рабочих на предприятиях и организациях, связанных с организацией перевозок на железнодорожном транспорте в настоящее время прорабатывается вопрос об открытии профессионального обучения по программам:

- Оператор поста централизации,
- Сигналист,
- Составитель поездов.

Особо необходимо остановиться на программах дополнительного профессионального образования - профессиональной переподготовки и повышения квалификации специалистов. По данному направлению колледж работает с 1997 года. По заказу предприятий с оплатой за счет средств работодателей был открыт целый ряд направлений профессиональной переподготовки (всего 18) и программ повышения квалификации специалистов, например: Программы повышения квалификации в интересах обеспечения допуска к работам, оказывающих влияние на безопасность в строительстве (16 программ); Современные информационные технологии обработки информации; Обучение и проверка знаний, требований по охране труда для руководителей и ведущих специалистов организаций, учреждений; Пользователь прикладной программы 1С:Бухгалтерия, 1С:Предприятие; Безопасность дорожного движения; Информационные технологии в профессиональной деятельности (по отраслям); Пользователь графическим редактором «Компас»; Пользователь чертежно-графическим редактором «Автокад», «Администрирование серверных операционных сетей», «Обслуживание микропроцессорной системы управления устройствами СЦБ» и т.д. (всего 37).

С целью изучения удовлетворенности работодателем качеством подготовки специалистов колледжем проводилось анкетирование специалистов предприятий –

партнеров. В 2013/14 учебном году в анкетировании приняли участие 38 предприятий и организаций.

Анкетирование работодателей по желаемым направлениям сотрудничества показало, что у работодателей есть желание развивать связи и сотрудничество с колледжем по различным направлениям деятельности. Например, по следующим направлениям:

- целевая подготовка специалистов – 70%,
- участие в образовательном процессе и ГЭК – 62%,
- прием студентов на практику – 71%,
- совместная профориентационная работа – 41%,
- переподготовка и повышение квалификации специалистов предприятий – 78%,
- трудоустройство выпускников – 90%.

Работодатели высоко оценивают профессиональные качества работников колледжа. В целом, из 38 предприятий и организаций, проанкетированных в 2013 году 84,8% удовлетворены сотрудничеством с колледжем. В среднем, уровень удовлетворенности по отношению к прошлому периоду вырос на 6,7%.

Таким образом, изучение рынка труда дает возможность формировать спрос на образовательные услуги в соответствии с требованиями работодателей, а, следовательно, активизировать интерес работодателя к образовательному учреждению, обеспечивать трудоустройство своих выпускников.

1. Волкова М.М., Звездова А.Б. Маркетинговые исследования в области образовательных услуг.// Маркетинг в России и за Рубежом. – 1999. -№6 –С. 56.

2. Митасова О.А. «Образовательный маркетинг как инструмент развития учреждения среднего профессионального образования в малом промышленном городе» / Автореферат. Брянск. КГТУ. 2001.- 20 с.

3. Панкрухин А.П. Философские аспекты маркетингового подхода к образованию.// Вестник высшей школы. 1997, январь, с.25-30.

4. Новаторов Э.В. «Международные модели маркетинга услуг»// Маркетинг в России и за рубежом, 2000 №3, с.91-93.