

УДК 37.

**СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ  
КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Глушанок Т.М.

*Министерство экономического развития Республики Карелия,  
Петрозаводск*Подробная информация об авторах размещена на сайте  
«Учёные России» - <http://www.famous-scientists.ru>**В условиях перехода к рыночной экономике профессиональное образование все больше ориентируется на удовлетворение потребностей рынка труда, конкретных запросов работодателей, становится инструментом решения, в первую очередь, экономических проблем общества.**

В условиях перехода к рыночной экономике профессиональное образование все больше ориентируется на удовлетворение потребностей рынка труда, конкретных запросов работодателей, становится инструментом решения, в первую очередь, экономических проблем общества. В тоже время, меняется характер действия экономических и социальных факторов на состояние профессионального образования.

В этих условиях становится актуальной новая система отношений между образовательными учреждениями, союзами работодателей, объединениями трудящихся, службами занятости – всеми, кто становится не только потребителями «продукции» образовательного учреждения, но и источником его финансового благополучия.

Попытаемся проанализировать возможность воздействия социальных партнеров на учреждения образования с целью более полного учёта требований работодателей к кадрам. Для этого рассмотрим на примере туристской отрасли сущность, содержание и этапы развития социального партнерства, основные типы социальных партнеров системы профессионального образования и трудности при работе с различными категориями социальных партнеров.

Социальное партнерство в профессиональном образовании – это особый тип взаимодействия образовательного учреждения с субъектами и институтами рынка труда, государственными и местными органами власти, общественными организациями, нацеленный на максимальное со-

гласование и учет интересов всех участников этого процесса. Социальное партнерство в системе туризма – это важный элемент в формировании современного подхода к отрасли туризма, показатель реальной заинтересованности общества и государства в ее дальнейшем развитии с целью повышения прибыльности и конкурентоспособности в целом.

Понятие "социальное партнерство" рассматривается как участие различных государственных и общественных организаций, индустрии туризма, а также отдельных лиц в совместной деятельности, направленной на решение конкретных задач, стоящих перед отраслью. Опираясь на зарубежный опыт, накопленный в этой области, проведем сравнительный анализ способов решения вопросов о социальном партнерстве.

Макропартнером в системе социальных взаимоотношений является само государство. Как правило, отношения туристской организации с другими социальными партнерами зависят от государственной политики в области туризма. Это положение очень легко проверить на характере отношений, складывающихся у учебных заведений с таким важнейшим и значимым для них партнером, как индустрия.

Во главе предприятий индустрии туризма стоят руководители с самыми различными взглядами на систему профессионального образования. Сотрудничать или не сотрудничать с профессиональными школами зависит от степени их личной заинтересованности. Учебные заведения,

естественно, могут мотивировать руководителей объектов индустрии туризма к сотрудничеству высоким качеством подготовки специалистов возможностью предоставления бесплатной и достаточно квалифицированной рабочей силы на определенный период и т.д. Но, к сожалению, возможности образовательных учреждений достаточно ограничены и, к еще большему сожалению, государство ничего не делает для того, чтобы повернуть представителей индустрии лицом к системе профессионального образования. Хотя, в большинстве зарубежных стран такой опыт существует, как правило, - это:

- значительное снижение налогов для тех, кто поддерживает образовательные учреждения в той или иной форме;

- обязательные требования к квалификации работников при лицензировании или сертификации;

- множество поддерживаемых государством программ сотрудничества между образовательными учреждениями и индустрией, которые выгодны обеим сторонам.

Российские образовательные учреждения лишены такой поддержки от своего главного социального партнера - государства, и поэтому вынуждены самостоятельно искать социальных партнеров и налаживать отношения с ними.

Исходя из принятого определения социального партнерства опишем основные типы социальных партнеров системы профессионального образования. Прежде всего, отметим тот факт, что рассматривать категорию социального партнерства можно применительно как к системе профессионального образования в целом, так и к отдельному учебному заведению. В первом случае стороной, участвующей в социальном партнерстве, выступает, условно говоря, вся совокупность образовательных учреждений вместе с органами управления образованием. Образуя единое целое, они выступают партнером в системе тех отношений, которые складываются на рынке труда. И здесь можно выделить три основные категории социальных партнеров профессионального образования: работодателей (индустрию); объединения работников (профсоюзы, общественные организации); государственные органы

управления, включая службу занятости. Главным партнером выступает само государство, которое определяет политику в области туризма. Разработку законов и нормативных актов, способствующих развитию туризма, оно поручило государственным органам управления, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Эти же органы осуществляют финансирование в частности подготовку специалистов через систему профессионального образования, разрабатывают государственные образовательные стандарты, вовлекают образовательные учреждения в сотрудничество с индустрией туризма через участие в конференциях, совещаниях, выставках.

Роль государства на рынке образовательных услуг в настоящее время должна сводиться к выработке и проведению в жизнь концепции реформирования профессионального образования, отвечающей интересам всех участников этого процесса. В целом же, политика государства, основанная на включении профессионального образования в систему базовых приоритетов социально-экономического развития, должна быть ориентирована на решение следующих ключевых задач:

1. Создание условий для развития реального сектора экономики, как основного институционального субъекта рынка труда, формирующего профессионально-квалификационную структуру спроса на рабочую силу. Устойчиво работающее производство само превратится в мощнейший регулятор системы профессиональной подготовки кадров, выступая одновременно и заказчиком и контролёром качества образовательного продукта.

2. Формирование нормативно-правовой базы для нового типа взаимодействия образовательных учреждений с индустрией, способствующей удовлетворению основных интересов обеих сторон на взаимовыгодной основе.

3. Усиление "прозрачности" информационных потоков о ситуации на рынке труда и образовательных услуг, широкое информирование населения о профессиональной и квалификационной структуре спроса, прогнозе основных макроэкономических показателей рынка труда, пробле-

мах трудоустройства выпускников, рейтинге образовательных учреждений и т.д.

4. Оптимизация государственной налоговой политики, нацеливающей предприятия на проведение активных программ по переподготовке и повышению квалификации своих кадров. Принятие положений об исключении из налогооблагаемой базы всех видов издержек, связанных с обучением персонала.

5. Усиление регламентирующих и контрольных функций государственных органов в сфере регулирования рынка образовательно-квалификационных услуг. Создание единых для всей страны стандартов образования, приведение их в соответствие с международными стандартами.

6. Создание условий для формирования реальной конкурентной среды для всех без исключения образовательных учреждений, независимо от их формы собственности и административной подчиненности. Прозрачность в распределении и использовании бюджетных средств, оптимизация межбюджетных отношений.

Муниципальные органы управления образованием и экономикой могли бы помочь в вопросе кадрового обеспечения профессиональных учебных заведений, организовав эту работу по следующим этапам:

- Создание перечня профессий, требующихся на местном рынке труда;
- Корректировка содержания образовательных программ, путем совместного рецензирования их с участием работодателей;
- Формирование муниципальной системы подготовки и повышения квалификации преподавателей для более качественной подготовки специалистов.

Другим немаловажным фактом работы в сфере социального партнерства является проведение тематических, специализированных семинаров, конференций, выставок, на которых представлялась бы возможность установить непосредственные контакты с партнерами, приобрести или заказать учебные пособия по подготовке специалистов различных профилей, а также активно участвовать в них, овладевая необходимыми навыками работы с клиентами.

Плохо налаженные взаимодействия между социальными партнерами приводят к тому, что учреждения профессионального образования страдают от элементарной нехватки информации о том, каковы потребности рынка труда, какие направления наиболее перспективны, какие новые тенденции появляются. От отсутствия такой информации ухудшается качество подготовки специалистов.

Органы местного самоуправления вовлекают к сотрудничеству различные категории социальных партнеров (средства массовой информации, издательства, центры профориентации, службы трудоустройства и т.д.), а также финансируют подготовку и переподготовку своих специалистов.

Предприятия индустрии туризма участвуют в реализации образовательных программ через организацию практического обучения студентов на своей базе, их трудоустройстве, финансировании обучения своих сотрудников и управлении учебными центрами через учредительство.

Отношения с работодателями выстраиваются сложно. Необходимо подчеркнуть, что разрушение связей профессионального образования с предприятиями привело к тому, что многие из них перестали уделять должное внимание вопросам переподготовки и повышения квалификации своих кадров. Однако, как показывает опыт, при желании учебное учреждение в состоянии переломить это отношение к себе со стороны бизнеса, доказать свою состоятельность и взять на себя решение вопросов по обеспечению производства квалифицированными кадрами.

Понятен интерес к системе социального партнерства у объединений трудящихся, профсоюзов. Чем качественнее будет профессиональная подготовка, тем меньше окажется социальных проблем, конфликтов с работодателями, социальная напряженность. Не меньший и в чем-то схожий интерес к партнерству с профессиональной школой имеет и служба занятости. Несоответствие требованиям рынка труда, низкая квалификация приводит выпускников на биржу труда. Снизить поток таких безработных, сократить расходы на их переподготовку - в этом и есть практи-

ческая заинтересованность в становлении системы социального партнерства в профессиональном образовании.

Формирование системы социального партнерства в современных социально-экономических условиях - достаточно длительный и сложный процесс, зависящий от целого ряда субъективных и объективных причин (состояния экономики, социальной обстановки, готовности включиться в него органов власти и воли, желания и возможности руководителей учебных заведений). Результативность и эффективность работы учебного заведения с социальными партнерами определяется степенью реализации своих интересов, заключающихся, прежде всего, в подготовке высококвалифицированных специалистов и оценивается по степени выполнения своей основной социальной функции.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Власова Т. И. Проблемы повышения профессионального уровня туристских кадров / Т. И. Власова, Ю. В. Богданов // Развитие туризма в условиях современных интеграционных процессов: Материалы науч.- практ. конф. – Минск: б.и., 1997. - С.155-158.
2. Нуртдинова А. Некоторые аспекты становления социального партнерства в России //Проблемы теории и практики управления. 1995. №3.
3. Основные направления перестройки высшего и среднего специального образования в стране. - М.: Высш. шк., 1987.- 87с.
4. Профессиональная педагогика / Рос. акад. образования, Ассоц. "Проф. образование", Исслед. центр проблем непрерыв. проф. образования. - М.: Изд-во АПО, 1997. - 511 с.

### **SOCIAL PARTNERSHIP AS THE METHOD OF VOCATIONAL EDUCATION QUALITY INCREASE**

Glushanok T.M.

*Economic development ministry of Karelia republic, Petrozavodsk*

Under the period of transformation into market economy vocational education more and more orientates itself to satisfy the demands of the labour market, specific needs of employers and becomes a tool first of all to solve economic problems of society.