

ФЕДАК Я.С., ст. гр. МО-06 б
Науч. руков.: Мудрая О.В., ассист.
Автомобильно-дорожный институт ГВУЗ "ДонНТУ",
г. Горловка

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И РЫНКА ТРУДА

Рассмотрено и проанализировано современное состояние рынков труда и образовательных услуг, предложены мероприятия позволяющие сбалансировать сложившуюся ситуацию на рынках образования и труда.

Актуальность. Подготовка квалифицированных кадров и развитие человеческих ресурсов имеют ключевое значение для подъема экономики страны и вхождения ее в мировое экономическое пространство. Рыночная экономика предъявляет повышенные требования к качеству рабочей силы, ее образовательному, профессиональному и квалификационному уровню, росту ее социальной мобильности, профессионализму.

Поэтому обеспечение сбалансированности спроса и предложения рабочей силы является важнейшей задачей и один из основных механизмов решения этой проблемы — взаимодействие системы профессионального образования с рынком труда.

Специалисты утверждают, что данная ситуация имеет долговременный характер и система профессионального образования в ближайшее время не сможет самостоятельно вернуться в прежнее состояние, когда она функционировала в условиях плановой экономики, поэтому требуются новые механизмы ее взаимодействия с рынком труда.

Вопросам образования и образовательных услуг посвящены работы таких ученых как: Егоршин А.П., Александров В., Николаенко С., Колесников Г.А. и др. Однако и достаточно не решенной остается проблема обеспечения эффективного взаимодействия субъектов рынка образовательных услуг.

Цель исследования: анализ существующих проблем эффективного взаимодействия рынка образования и труда, а также рассмотрение путей их решения.

Основная часть. Возникшие противоречия между рынком труда и рынком образовательных услуг в некоторой степени носят объективный характер, так как для открытия новых специальностей требуется определенное время, в то же время учебные заведения вынуждены учитывать порой конъюнктурные образовательные потребности своих абитуриентов.

В результате образовательные учреждения слабо реагируют на изменяющиеся потребности рынка труда, обостряется несоответствие между вновь подготовленной рабочей силой и требованиями работодателей.

Анализируя состояние современного рынка труда можно отметить следующие проблемы:

- несбалансированность спроса и предложения рабочей силы;
- недостаточная адаптированность системы профессионального образования к требованиям рынка труда;
- низкая конкурентоспособность выпускников;
- недостаточное развитие внутрифирменного обучения персонала, вследствие чего сдерживается рост профессионального мастерства, мобильность рабочей силы и увеличивается безработица;

высокий удельный вес слабо механизированных и неэффективных рабочих мест.

Поэтому диспропорция между структурой и объемами подготовки специалистов и профессионально-квалификационной структурой спроса на рабочую силу является одним из существенных факторов, создающих количественные и качественные параметры дисбаланса.

Однако кардинальное решение проблемы обуславливает необходимость учета

всех факторов, влияющих на воспроизводство рабочей силы и развитие человеческих ресурсов, прогнозирования развития экономики и определение потребностей в кадрах на основе мониторинговых и социологических исследований, что позволит оказывать регулирующее воздействие на формирование образовательных потребностей абитуриентов с учетом их склонностей и потребностей экономики.

Рынок образовательных услуг связан с рынком труда опосредованно через образовательные потребности, выступающие одновременно важнейшим фактором потенциального спроса на рынке образования и потенциального предложения на рынке труда.

Основой достижения соглашения между рынком труда и рынком образовательных услуг, основным стимулом формирования партнерских отношений является взаимная заинтересованность в повышении качества подготовки специалистов.

К сожалению, сегодня пока отсутствует механизм координации системы подготовки кадров, хотя технология его создания уже прорабатывается. Службы занятости и рекрутинговые агентства продолжают ощущать несоответствие спроса и предложения на рынке труда; высшие учебные заведения, в большинстве своем по-прежнему, ведут подготовку специалистов, не учитывая потребности в кадрах на рынке труда.

Речь идет о необходимости использования системного подхода с учетом стратегии экономического развития страны, каждого конкретного региона и города.

К реальным направлениям, уже сегодня имеющим место во многих вузах можно отнести, например, выполнение научно-практических работ по заказам предприятий.

Сотрудничество в сфере обучения руководителей, топ-менеджеров и сотрудников предприятий становится нормой в системе взаимоотношений вузов и предприятий. Поскольку руководство и сотрудники компаний в большинстве своем осознают необходимость постоянного повышения квалификации, университеты предлагают им обучение на курсах повышения квалификации, в аспирантуре и докторантуре. Сегодня можно наблюдать явную активизацию интереса к получению научной степени среди представителей бизнес-кругов. Это становится элементом имиджа личности руководителя.

Оправдывает себя практика проведения семинаров и других краткосрочных обучающих мероприятий для персонала предприятий, консультирование руководителей специалистами в области теории, поскольку большинство пришедших в бизнес из практики ощущают необходимость соотнесения своего опыта с мировой практикой и теорией вопроса. Со своей стороны университеты приглашают руководителей и топ-менеджеров компаний для чтения практических курсов для студентов.

Интересным направлением по работе со студентами еще в процессе их обучения в вузе может быть создание специальных обучающих центров. В них создаются рабочие места, имитирующие деятельность на реальных предприятиях. Цель подобной практики — получение профессиональных навыков и опыта по профилю своего образования и закрепление их в работе.

Решить проблему взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг невозможно без учета интересов непосредственного потребителя образовательных услуг, который имеет свои цели, задачи, мотивацию в выборе профессии и сферы трудовой деятельности.

Учебные заведения, оказывая образовательные услуги, должны учитывать также требования работодателей, положения в сфере занятости и на региональных рынках труда.

Выводы. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что совершенствование механизма взаимодействия рынка образовательных услуг и рынка труда является весьма актуальной проблемой.

Для успешного решения столь сложной проблемы на основе изучения и анализа прогнозов потребностей территорий в трудовых ресурсах, работы служб занятости,

органов образования и учебных заведений необходимо исследовать:

состояние, ключевые проблемы и прогнозные характеристики рынков труда, на основе чего определяются потребности экономики в рабочей силе, обосновываются требования к качеству рабочей силы и рациональная структура ее подготовки;

потребности и мотивационные устремления потребителей образовательных услуг; причины, затрудняющие трудоустройство выпускников высших учебных заведений.

Для определения основных направлений взаимодействия рынка образовательных услуг и рынка труда необходимо постоянно проводить их мониторинг с целью выявления проблем и формирования прогнозных характеристик рынка труда.

Библиографический список

1. **Александров В.** Освітня услуга // Экономика Украины. — 2007. — №3 — с. 53–60.
2. **Николаенко С.** Рейтинговые системы — составляющие национального мониторинга качества высшего образования // Высшая школа. — 2007. — №4. — с. 3–14.
3. **Колесникова Г.А.** Природа спроса на образовательные услуги // Проблемы современной экономики. — №2(26) — 2008.
4. **Черниченко Г.О., Шаульска Л.В.** Спрос на образовательные услуги: пути приближения к потребностям работодателей // Университетские научные записки. — 2007. — № 3 (23). — с. 224–230.

НЕМИЧЕВА О.В., ст. гр. МО-07-в

Науч. руков.: Мудрая О.В., ассист.

Автомобильно-дорожный институт ГВУЗ "ДонНТУ",
г. Горловка

СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изучена и проанализирована специфика маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятия.

Актуальность изучения заключается в том, что в существующих условиях глобализации и интернационализации рынков сбыта, маркетинг является одной из основополагающих составляющих успеха внешнеэкономической деятельности (ВЭД) предприятия, как профессионально действующего на международных рынках субъекта рыночных отношений. Вследствие нарастающей открытости по отношению к внешним рынкам и в целях совершенствования отношения предприятий с этими рынками, не налаживая связи с потребителями во многих зарубежных странах, предприятиям становится все сложнее удержаться на “плаву”.

Вопросами маркетинга в ВЭД посвящены работы таких ученых как: П. Уолш, Г. Ватсон, Р. Манн, Т. Эдисон, Д.В. Маслов, Е.А. Белокоровин.

Цель исследования: изучение особенностей маркетинга во внешнеэкономической деятельности как фактора повышения эффективности работы предприятия.

Основная часть. Согласно определению Британского института управления маркетинг — это один из видов творческой управленческой деятельности, который содействует расширению производства и торговли, увеличению занятости путем выявления запросов потребителя и организации исследований и разработок для удовлетворения этих запросов. Маркетинг увязывает возможности производства с