

предприятия, рационализировать расчетную политику в условиях прогнозируемых темпов инфляции. Методам анализа влияния инфляции на отчетные данные, способам экономического прогнозирования необходимо уделить серьезное внимание при изложении курса.

Решение сложных тактических и стратегических задач службы финансового менеджмента возможно только специалистами высокой квалификации, в подготовке которых ключевую роль должна сыграть дисциплина "Анализ хозяйственной деятельности".

Е.В. Липень
БГЭУ (Минск)

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ АДАПТАЦИИ РАБОТНИКОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

Развитие производства, его модернизация, связанные с определенными структурными сдвигами, ведут к изменению и структуры рабочих мест, движению работников внутри производства, их перестановке, высвобождению и дополнительному найму.

Но с другой стороны, развитие производства непосредственно связано и с развитием человеческих ресурсов, обязательным изменением их качественных характеристик. Спрос на рабочую силу на рынке труда зачастую не совпадает с профессиональным составом, квалификационным и образовательным уровнями работников. Меняется экономика, само производство, повышаются и требования работодателей, что является своеобразным импульсом к качественным переменам рабочей силы. Но полностью синхронизировать такие перемены практически невозможно, что и вызывает дисбаланс. Но сделать последний минимальным, оптимизировать взаимодействие работника и работодателя на качественном уровне представляется актуальным и своевременным.

Таким образом, мы выходим на проблему подготовки и переподготовки специалистов (особенно высококвалифицированных) в условиях усложняющейся техники и гибкости всего производственного процесса. Особенностью подготовки специалистов в современных условиях является необходимость стабильного повышения их квалификационного уровня, а при необходимости и частичной или полной переподготовки.

Занятость сегодня в широком смысле — это обучение и приложение знаний. На протяжении всего процесса обучения, а особенно в процессе проведения производственной практики, необходимо придерживаться принципа максимальной адаптации современным технико-экономическим условиям производства и соответствующим методам обучения. Основопологающими направлениями такой адаптации являются следующие:

1. Введение в общеобразовательных учреждениях специальных предметов, факультативов или иных форм обучения, имеющих целью выработку у учащихся понимания и умения гибкого реагирования на различные ситуации, изменения (производственные, социально-психологические), готовности при необходимости к переобучению и переподготовке и пр.

2. При проведении профессиональной ориентации на базе УПК перечень потенциальных профессий следует составлять с учетом перспективной потребности в тех или иных специалистах, используя информацию службы занятости.

3. Для среднеспециальных и высших учебных заведений можно сформулировать основные принципы деятельности, отвечающие требованиям рынка и обеспечивающие необходимый уровень подготовки специалистов для современного производства: перенести акцент с количества выпускников на их качество (индивидуализация учебного процесса); обеспечить стабильную и продолжительную практическую подготовку обучающихся при непосредственном участии отраслевых предприятий.

А руководителям предприятий и кадровых служб следует помнить, что уход работника всегда означает потерю ресурса (вложение на обучение, введение в коллектив, формирование чувства лояльности к предприятию, время нового набора приходится вкладывать снова).

Ли Чон Ку

Гродненский государственный университет им. Янки Купалы

МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В условиях рыночной экономики высшее учебное заведение, далее вуз, нацелен на достижение определенного социального эффекта, опирается на существующие традиции и поддержку государства. Вместе с тем вузы все больше конкурируют друг с другом стремясь привлечь потребителей, покупателей и клиентов, они все больше зависят от источников финансирования, дифференциации и диверсификации предлагаемых продуктов и услуг. В этих условиях целесообразными являются определение роли и значимости маркетинга образовательных услуг, разработка маркетинговой программы, позиционирование вуза, рекламная компания вуза, продвижение продукта и услуг на рынке.

Вуз предлагает свои услуги одновременно на нескольких рынках, прежде всего на рынке образовательных услуг, научно-технические разработки — на рынке технологий, своих выпускников — на рынке труда.

В современных условиях меняется роль университета, который сегодня в большей степени является университетом-предпринимателем. Университет-предприниматель — это вуз, который имеет сильные академические традиции, осуществляет теоретические и прикладные исследования, формируют новые традиции и обретают новый опыт. Университет предлагает различного рода образовательные программы, научные исследования и разработки, экспертные и консультационные услуги.

Образовательные услуги можно классифицировать по следующим признакам:

по уровням образования (довузовские, вузовские, послевузовские);

по ориентации (профессиональные, общеобразовательные);

по форме обучения (дневные, заочные, дистанционные);