

УДК 338.246.8

Профессиональная ориентация как средство популяризации рабочих профессий в постолимпийский период развития города Сочи

¹ Владимир Иванович Шаповалов

² Юрий Иванович Вербин

³ Александр Михайлович Ветитнев

⁴ Борис Сергеевич Высоцкий

¹⁻⁴ Сочинский государственный университет, Российская Федерация
354000, Краснодарский край г. Сочи, ул. Советская 26 а

¹ Доктор педагогических наук, профессор

E-mail: shapovalov_vi@mail.ru

² Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: ureck@rambler.ru

³ Доктор экономических наук, доктор медицинских наук, профессор

E-mail: polina@sochi.com

⁴ Аспирант

E-mail: university@sutr.ru

Аннотация. В статье профессиональная ориентация рассматривается как средство популяризации рабочих профессий в условиях постолимпийского развития города Сочи, когда комплексная проблема формирования кадрового потенциала не ослабевает, а становится последовательной генеральной линией администрации края. Популяризация в системе профессиональной ориентации базируется на учете и использовании элементов маркетингового подхода – процесса предоставления полноценной и понятной информации о профессии, направленного на побуждение стойкого интереса и стремления человека в будущем заниматься пропагандируемой профессиональной деятельностью.

Ключевые слова: профессиональная ориентация; постолимпийский период; популяризации профессий; дополнительное профессиональное образование, маркетинговый подход; конкурентоспособная личность.

Введение. В Сочи успешно прошли зимние Олимпийские игры 2014 г. Олимпиада, бесспорно, имеет огромное значение для развития курортов Черноморского побережья Краснодарского края, а также для формирования положительного имиджа России в целом.

Специфика Олимпийских игр связана с одномоментной генерацией значительного количества кадрового ресурса и необходимостью создания продуманной системы постолимпийского использования кадров для качественного обеспечения постолимпийской эксплуатации новых объектов. Идеи сочинского «олимпизма» не исчерпали себя в прошедшей Олимпиаде, а имеют свое достойное продолжение в постолимпийский период в рамках проекта трансформации Сочи в туристический центр мирового уровня.

После проведения зимних Олимпийских игр 2014 г. Сочи и другие российские города должны иметь больше возможностей выступать в роли принимающей и/или организующей стороны для крупных международных мероприятий. В этот период эффективность использования персонала зависит как от профессиональной ориентации работников (в основном молодежи) на требуемые постолимпийским рынком труда профессии, так и от качества его подготовки. Следовательно, непрерывное развитие и обучение персонала также будет способствовать его эффективному использованию после окончания зимних Олимпийских игр 2014 г. [3].

Таким образом в условиях постолимпийского развития федерального города-курорта Сочи комплексная проблема формирования кадрового (прежде всего рабочего) потенциала не ослабевает, а становится последовательной генеральной линией администрации края. И, безусловно, развитие качественной кадровой политики в наибольшей степени касается образовательной системы профессионального обеспечения потребности города в грамотной рабочей силе [7].

Обсуждение проблемы. Олимпиада предоставила возможность постолимпийского возрождения Сочи, но сделать это смогут только грамотные и профессионально мотивированные работники. Следовательно, проблема формирования собственного квалифицированного рабочего резерва для города Сочи в постолимпийский период является насущной. Решаться она должна на протяжении всего непрерывного обучения и развития человека – непрерывно как в школе, так и после школьной жизнедеятельности через систему профессиональной ориентации и дополнительного профессионального образования. Дело в том, что то преимущество в социокультурном развитии региона, которое предоставила прошедшая Олимпиада, не может быть освоено провинциальным мышлением и провинциальными технологиями [5]. Задача долговременного интереса нынешнего и последующих поколений потребителей олимпийского «культурного продукта» может быть решена только прогрессивной личностью – социально и профессионально ориентированной, социально ответственной, стратегически мыслящей, открытой для сотрудничества, гармонически развитой, рефлексивной, с высоким нравственным императивом, толерантной – в целом, самоутверждающейся личностью [1]. Воспитать такую личность – задача, стоящая в ближайшие годы перед образовательными институтами города и края.

Акцент на профессиональную ориентацию молодежи связан со сложившимся низким имиджем рабочих профессий в городе, приводящим к небрежному, безучастному, малоперспективному в жизненном плане отношению к реализации профессиональной карьеры, а затем и жизнедеятельности молодых людей в пределах города и как следствие стремление «поймать птицу счастья» в других регионах страны или мира. А такой кадровый потенциал не отвечает необходимым требованиям современного постиндустриального общества, которые естественно распространяются и на постолимпийский период жизнедеятельности города Сочи. Рассмотрим возможные причины низкого уровня ориентации на рабочие профессии в городе:

- преимущественно отдыхательно-развлекательный фон, на котором формируется профессиональное сознание молодежи, преобладание на рынке услуг города рабочих профессий в сфере отдыха и развлечений, относящихся в системе ментальности, сложившейся в прошлые годы в России, к непрестижным, несерьезным;

- низкий уровень менеджерской (а в школе – социально-психологической поддержки процесса профессионального формирования личности подростка) культуры, предъявляющей высокие требования к работе персонала и ответственность за нее;

- недостаточный уровень маркетинговой культуры, направленной на популяризацию требуемых в городе профессий и понимание молодежью своего достойного места в созидательном развитии постолимпийского будущего города Сочи;

- социально-психологические барьеры молодежи к овладению рабочими профессиями;

- недостаточный уровень профориентационной работы с подростками, которая должна иметь место в образовательном процессе, как необходимая составляющая формирования их конкурентоспособности – социально-ориентированной системы способностей, свойств и качеств личности, характеризующей ее потенциальные возможности в достижении успеха в профессиональной деятельности, определяющей адекватное индивидуальное поведение в динамически изменяющихся условиях, обеспечивающей внутреннюю уверенность в себе, гармонию с собой и окружающим миром. Для формирования социально-ориентированных качеств личности необходимы новые, инновационные по своей сущности условия, которые в функционирующей системе школьного и вузовского образования создать не удастся [8].

Таким образом, для запуска сложного и стратегически важного для развития региона социально-образовательного процесса и формирования конкурентоспособной личности необходимо решить задачи целенаправленной профессиональной ориентации и популяризации требуемых в условиях постолимпийского Сочи профессий [9].

Социологические исследования последнего десятилетия свидетельствуют, что в городе есть количественные возможности комплектования кадрового потенциала, однако создать полноценный кадровый резерв часто мешают его низкие качественные характеристики, низкая эффективность и продуктивность, а в целом несоответствие необходимым требованиям постолимпийского Сочи. И связана такая ситуация, в том числе, и с низким

уровнем профессиональной ориентации будущих работников, что не позволяет заниматься человеку тем, что ему по душе.

Профессиональная ориентация, система научно обоснованных мероприятий, направленных на подготовку человека к выбору профессии (оптимального для него вида занятости) с учетом его потребностей и возможностей, а также социально-экономической ситуации на рынке труда [6]. Построение профориентационной работы на идеях «компетентного подхода» предполагает учет и развитие комплекса конкретных качеств, которые пригодятся в деятельности, и перенесение акцента на саму готовность человека решать задачи, опираясь на свои качества [4].

Одним из элементов профессиональной ориентации является популяризация профессий – процесс распространения знаний о профессиях в современной и доступной форме для широкого круга людей. Это разнообразная агитационная деятельность, направленная на привлечение людей к определенной профессии. Популяризация в системе профессиональной ориентации должна базироваться на учете и использовании элементов маркетингового подхода – процесса предоставления полноценной и понятной информации о профессии, направленного на побуждение стойкого интереса и стремления человека в будущем заниматься пропагандируемой профессиональной деятельностью [2].

Маркетинговый подход придает системность профессиональной ориентации, так как в своем анализе опирается на информацию:

- о современном состоянии и динамике развития общественных процессов (социокультурных, экономических, образовательных, политических и др.);
- о развитии информационных технологий и возможности их использования в распространении информации о профессии, а также возможности их использования в качестве методов профессиональной ориентации;
- о возрастающем потенциале систем и методов эффективных межличностных и дистанционных коммуникаций в процессе профессиональной ориентации;
- о демократических и гуманистических ценностях в обществе, среди которых особо выделяется свобода личности, характеризующейся активной жизненной позицией человека и его свободой выбора;
- о наличии социально-психологических барьеров молодежи к овладению рабочими профессиями;
- об уровне маркетинговой культуры, направленной на популяризацию требуемых в городе профессий и понимание молодежью своего достойного места в созидательном развитии постоллимпийского будущего города Сочи;
- об особом отношении, сложившемся у россиян в прошлые годы к некоторым видам профессий как непрестижным или несерьезным;
- об особой роли профессиональной ориентации и пропаганды профессий в формировании конкурентоспособности личности, которую современные политики возводят в ранг необходимых внутренних условий для полноценного развития человека как строителя нового общества.

Для того чтобы решить проблему профессиональной ориентации, как одного из основных факторов формирования кадрового потенциала в городе, необходим постоянный и серьезный диалог между заинтересованными сторонами:

- представителями сферы образования, у которых есть потребность в наборе абитуриентов – будущих специалистов;
- органами власти, отвечающими за взаимодействие с промышленными предприятиями или за социальную политику;
- специалистами рынка труда (кадровыми агентствами, центрами переподготовки и повышения квалификации и пр.), заинтересованными в предоставлении кадров, отвечающих требованиям рынка;
- работодателями и организациями дополнительного профессионального образования.

И наконец, процесс профессиональной ориентации будет успешным, а значит востребованным, если будут учитываться следующие требования:

- формирование контингента специалистов и рабочих за счет профессионального обучения местных кадров. Преимущество – молодые люди остаются в городе, а личное участие в реализации постоллимпийского наследия формирует чувство сопричастности,

заинтересованности, гордости, ответственности, мотивации – в целом патриотизм – любовь к отечеству, преданность ему, стремление своими действиями служить его интересам;

– повышение престижности рабочих профессий. Чтобы молодой человек оставался в городе, работа на постолимпийских объектах должна быть престижной, уважаемой в социуме, формирующей новое мировоззрение в обществе;

– PR-сопровождение процесса профессиональной ориентации, противодействующее Западной разрушающей идеологии. Запад умело спекулирует «советским образом жизни» и как выход предлагает свой «образ свободного человека», «свою демократию», свое видение реальности, умело (через PR и его носителей социальных сетей) уводя молодые души от насущных проблем нашего общества, а самое страшное – формирует дегуманизирующее отношение к реальной ситуации в мире и особую роль личности в нем;

– создание новой гуманистической идеологии постолимпийского Сочи, как мощного стимула формирования конкурентоспособной личности, прежде всего в социальном плане, – личности способной в конкурентной борьбе противодействовать своими воззрениями лживым, разрушающим патриотическое сознание воззрениям западных и отечественных недоброжелателей.

Заключение. Единая координация работ по профессиональной ориентации молодежи г. Сочи позволит организовать систематическое изучение процесса профессионального становления личности. Такая работа позволит создать профдиагностическую базу данных, и на этой основе прогнозировать состояние дел в области занятости населения на ближайшее будущее и вырабатывать необходимые стратегии обучения, подготовки и переподготовки специалистов по различным типам профессии.

Вышесказанное является отправной точкой в организации и планировании профессиональной ориентации и популяризации профессий для организаций и предприятий постолимпийского Сочи.

Благодарности. Работа выполнена в рамках государственного контракта 10.9036.2014 от 05.02.2014 г. «Научно-методическое обеспечение развития системы дополнительного профессионального образования и популяризации рабочих профессий с учётом наследия XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи».

Примечания:

1. Андреев В.Д., Боков М.А., Матющенко Н.С., Романова Г.М., Шаповалов В.И. Теория и практика современного менеджмента / Под ред. В. И. Шаповалова. Сочи : РИЦ СГУТиКД, 2011. 264 с.

2. Вербин Ю.И., Кощеев С.В., Украинцева И.И. Организация мониторинга качества дополнительного профессионального обучения и оценка персонала, участвующего в подготовке и проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи / Известия СГУ. 2013. № 4.

3. Злоказова Н.Е. Международный опыт подготовки кадров сферы туризма и сервиса в решении задач кадрового обеспечения Олимпиады «Сочи-2014» / Вестник международных организаций. 2008. № 7-8. С. 85-97.

4. Надей А. Употребление термина «Компетенция»? Режим доступа: <http://www.e-xecutive.ru/community/articles/692451/>

5. Романова Г.М., Угрюмов Е.С., Вербин Ю.И. Управление развитием персонала в гостиничном бизнесе при подготовке к крупным спортивным мероприятиям на примере г. Сочи / European Social Science Journal. 2013. № 12.

6. Управление персоналом организации : Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова, М.: Инфра-М, 2010. 695 с.

7. Шаповалов В.И., Ветитнев А.М., Вербин Ю.И. Развитие системы дополнительного профессионального образования в контексте наследия XXII Олимпийских игр / Фундаментальные исследования. 2014. № 9 (часть 10). С. 2077-2081.

8. Шаповалов В. И. Формирование конкурентоспособности школьников в условиях дополнительного образования : автореф. дисс. докт. пед. наук / Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского. Ярославль. 2008.

9. Шаповалов В.И. Конкурентоспособность учащегося как интегральный критерий эффективного дополнительного образования школьников / Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2008. № 6. С. 36-40.

UDC 338.246.8

Vocational Guidance as a Tool for Popularization of Blue-collar Occupation in Post-Olympic Period in Sochi

¹ Vladimir I. Shapovalov

² Yurii I. Verbin

³ Aleksandr M. Vetitnev

⁴ Boris S. Vysotskii

¹⁻⁴ Sochi State University, Russian Federation

Sovetskaya Street 26 a, Sochi city, Krasnodar krai, 354000

¹ Doctor of Pedagogy, Professor

E-mail: shapovalov_vi@mail.ru

² PhD, Associate professor

E-mail: ureck@rambler.ru

³ Doctor of Economics, Doctor of Medical Sciences, Professor

E-mail: polina@sochi.com

⁴ Post-graduate student

E-mail: university@sutr.ru

Abstract. The article features the vocational guidance as a promotional tool of blue-collar occupation in post-Olympic Sochi, when the complex issues of fostering the HR potential doesn't weaken, but becomes a consecutive general line of the region's administration. The vocational promotion is based on the records and use of market research elements – the process of submission full and clear information on occupation, directed at human's motivation to be engaged in vocational activity in the future.

Keywords: vocational guidance; post-Olympic period; vocational promotion; extra-curriculum activities; marketing approach; a competitive person.