

Преодоление кадрового дефицита в системе потребительской кооперации

Али-Аскяри Сарваз Ахмедович
канд. экон. наук. доцент кафедры аудита
Сибирский университет потребительской кооперации
г. Новосибирск

Современная система потребительской кооперации испытывает острую нужду в квалифицированных кадрах. Образованные и талантливые руководители высшего и среднего уровня, способны быстро откликаться на потребности времени, нужны в любой сфере отрасли.

Сегодня главная проблема системы потребительской кооперации и не только, состоит в привлечение способных целеустремленных молодых людей для выполнения тех или иных работ и создании различных программ по их подготовке.

По данным 12-го ежегодного глобального опроса руководителей крупнейших компаний мира (12 th Annual Global GEO Survey), проведенного аудиторской компанией PricewaterhouseCoopers (PwC), одной из приоритетных задач для руководителей компаний по прежнему остается поиск и удержание высококвалифицированного персонала: 70% респондентов в мире и 90% российских участников опроса отметили нехватку кандидатов, которые обладают необходимыми профессиональными знаниями и опытом, как одну из основных проблем этой области. Так-же беспокоит топ-менеджеров вопросы связанные с набором молодых специалистов, их интеграцией в деятельности компании (61% в мире, 63% в России), обеспечением привлекательных возможностей карьерного роста (58 и 30% соответственно), а также конкуренции между компаниями

внутри каждой отрасли в борьбе за привлечение квалифицированных кадров (52 и 60%). [1]

Помимо экономических факторов дефицит персонала диктует и демографическая ситуация. **(Слайд 1)**

Реализуя первое направление развитие кадрового потенциала, принятой Концепции социально-экономического развития потребительской кооперации СФО на 2012-2022 гг.[2], необходимо решить данную проблему за короткий срок уже сейчас создавать систему профессиональной подготовки, отрабатывать методики отбора кадров в кадровый резерв, обучать руководителей среднего звена (менеджеров) видеть в сотрудниках не ресурс, а индивидуальность с их способностями, потенциалом развития, профессиональными интересами и личными планами [3]. **Слайд 3**

Для решения важных задач потребительской кооперации в отраслях, которые стали традиционными и с перспективой развития в других отраслях, на наш взгляд есть два альтернативных подхода.

Первый подход привлекать молодых специалистов с высшим образованием и доводить до уровня руководителей среднего звена. **Слайд 4.** Наблюдаем, что молодежь занимает в основном более 15% от общего числа работников в потребительской кооперации, категория женщин более 70%.[4]

При анализе категории притока и оттока работников в 2011 году наблюдаем отток работников. **Слайд 5.**

Второй подход на переходном периоде можно приглашать менеджеров с имеющим опытом работы для решения поставленных задач с определением компетенции. **Слайд 6**

Основные направления сохранения и наращивания кадрового потенциала представлены на **слайде 7**

Сибирский университет потребительской кооперации в лице ректора Степанова Владимира Валентиновича, заключил Соглашение с Государственными научными учреждениями: Сибирский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства и институтом земледелия и химизации сельского хозяйства Россельхозакадемии для развития интегрированных инновационных программ, решающих кадровые и исследовательские задачи развития инновационной экономики Сибирского региона, в части интеграции образовательной, научной и производственной деятельности. **Слайд 8**

В результате проведенного опроса региональных союзов по программам повышения квалификации Центр ДПО СибУПК предлагает на постоянной основе следующие программы обучения Слайд 6, как с отрывом от производства, так и без отрыва от производства. В объеме 72/96 часов, а также 100-500 часов и более 510 часов. **Слайд 9**

Таким образом, для повышения квалификации в сибирском округе есть достаточные возможности для руководителей, специалистов, а также работников массовых профессии, что должно рассматриваться, как серьезные инвестиции не только в кадровый потенциал, но и человеческий капитал, а значить наращивание могущества потребительской кооперации.

Список литературы:

1. Исследование PricewaterhouseCoopers: 12 ежегодный глобальный опрос руководителей крупнейших компаний мира// [URL:http://gtrmarket.ru](http://gtrmarket.ru)

2. Али-Аскяри, С.А., В.В. Степанов, В.М. Шкиренко Концепция социально-экономического развития потребительской кооперации Сибирского федерального округа Российской Федерации на 2012-2022 годы: СибУПК.-Новосибирск, 2012.-64с.

3. Статистическое обозрение // Журнал № 1(80) – 2012.

4. Статистический сборник Центросоюза РФ // – 2011г.