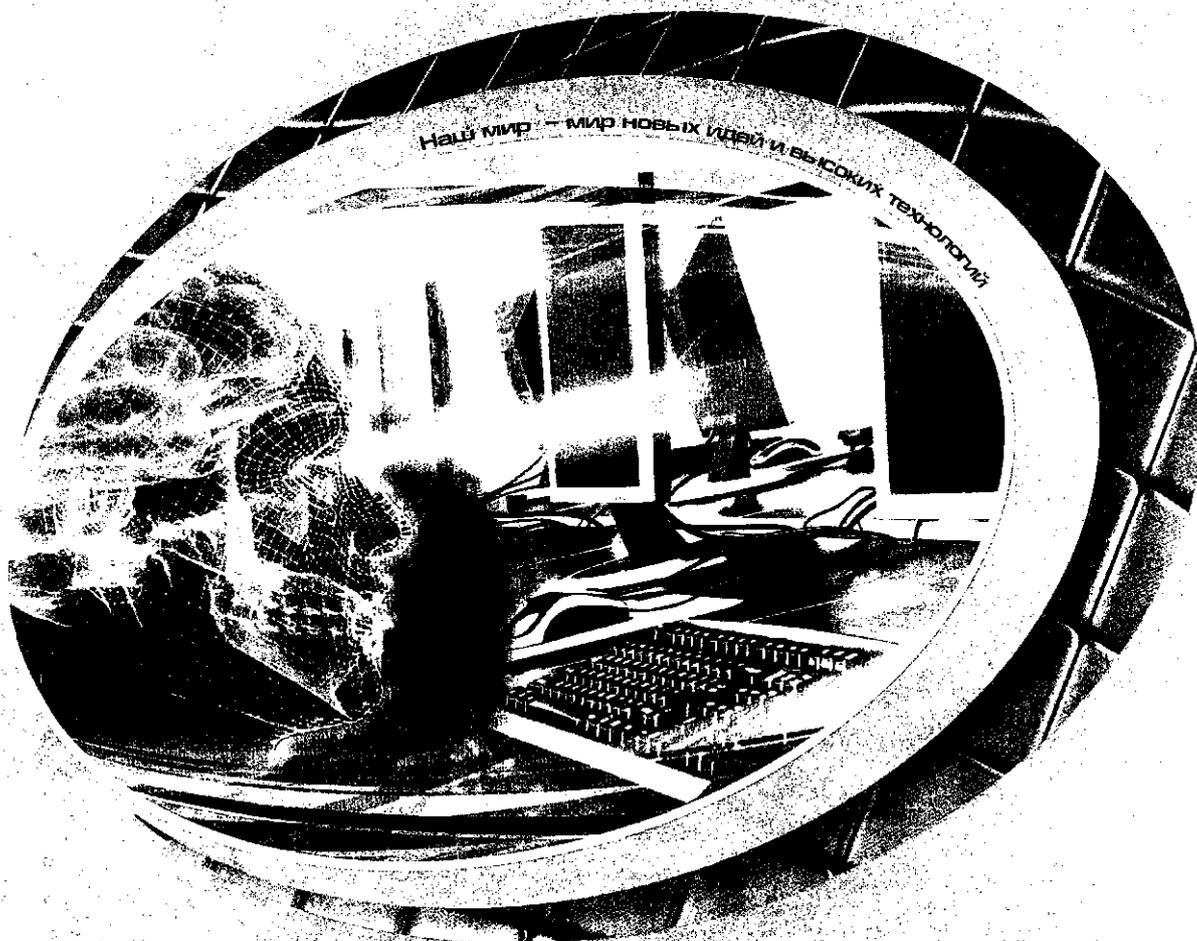


№ 5 (67) СЕНТЯБРЬ-ОКТАБРЬ 2012 г.

# ИНТЕГРАЛ

Научно-практический межатраслевой журнал



Наш мир — мир новых идей и высоких технологий

# НОМЕРА

Зуев И.В., Сахарова Л. А. Причинно-следственные связи «эффекта масштаба» проблем в рыбной отрасли Приморского края.....	92	\$
Титова Н.Е., Титова Е.В. Особенности формирования продовольственного рынка в России.....	94	Ц
Политов П.С. Инновационное развитие сферы страхования в России.....	95	J
Сапронов С.В. Анализ сущности и уточнение термина «коррупция».....	96	^

## ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА

Анохин В.А. СТАЛИН И РУЗВЕЛЬТ. Создатели теории и практики управления государственными системами.....	98
Судоргин Р.О. Управление эффективностью коммуникационной системы организации.....	101
Ровных Е.А. К вопросу обеспечения эффективного функционирования инфраструктуры крупного машиностроительного комплекса.....	102
Окатышева Н.В. Подходы по применению метода агентного моделирования для определения основных показателей конкурентоспособности космической отрасли промышленности.....	104
Явкин А.В. К вопросу разработки организационного механизма формирования, оценки и эффективного использования производственного потенциала корпорации.....	106
Горбачева М.Е. Задачи и проблематика совершенствования методов и средств организации и управления энергоремонтными процессами промышленного предприятия.....	107
Карташев О. С. Информационные технологии в инновационном развитии предприятий: роль и особенности.....	108
Ажлун*, А.М., Ковалева С.А. К вопросу формирования систем управления бережливым производством на предприятиях промышленности.....	109
Гнатюк А.Б. Моделирование диффузионных процессов при решении задач пространственной экономики с помощью клеточных автоматов.....	110
Драгина И.В. Корпоративный логистический менеджмент как фактор развития промышленного предприятия.....	111
Юнисова Р.А. Разработка методики комплексного управления маркетинговой деятельностью предприятий, реализующих товары класса «люкс».....	112
Королева К.В. Роль системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в повышении конкурентоспособности рекламной компании.....	114
Мартынова Н.В. Оценка факторов эффективности мерчандайзинга в торгово-технологическом процессе коммерческого предприятия.....	115
Цветаев С.М. Особенности антикризисного управления в гостиничном бизнесе.....	116
Макаров С.В. Факторы и условия устойчивого развития малого предприятия по переработке вторичного сырья.....	118

## СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ПОДГОТОВКИ КАДРОВ

Якушин В.И., Гузнецков В.Н. Геометрическое моделирование как обобщение методов прикладной геометрии и ее разделов.....	120	*
Назаренко М.А. Качество трудовой жизни преподавателей вузов в современных условиях.....	122	
Драгилова Л.Ю., Степулева Л.Ф. Трудоустройство выпускников (как показатель конкурентоспособности образовательных услуг.....	126	a

## СТРОИТЕЛЬСТВО И ЖКХ

Закиров Т.И. Концепция принятия управленческих решений в процессе управления строительным холдингом.....	126	l
Ходоров А.Е. Методика управленческого учета затрат строительных организаций на основе строительных смет и бюджетов.....	128	ч!

## Редакционный совет

<b>Анохин В.А.</b>	д.т.н., профессор, генеральный директор ООО «Яуза Моторс».
<b>Бондаренко В. М.</b>	к.з.н., в.н.с. Института экономики РАН, директор Международного фонда Н. Д. Кондратьева
<b>Быков В. А.</b>	д.т.н., президент Нанотехнологического общества России, генеральный директор НТ-МДТ
<b>Ignatiev A.</b>	Ph.D., professor, director Center for advanced materials University of Houston
<b>Клянчин В. К.</b>	<b>к.т.н.</b> , директор Пензенского филиала ФГУП «НТЦ «Атлас»
<b>Коржубаев А. Г.</b>	д.э.н., проф., г.н.с. ИНГ СО РАН
<b>Корнилова А. А.</b>	к.ф.-м.н., директор инновационного центра физического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова
<b>Макаровец Н. А.</b>	д.т.н., проф., генеральный директор, генеральный конструктор ФГУП ГНПП «СПЛАВ», Герой России
<b>Мирошников А. И.</b>	академик РАН, директор Пушинского Центра РАН
<b>Молчанов В. В.</b>	генеральный директор группы компаний «МВИ транс»
<b>Орликовский А. А.</b>	академик РАН, директор Физико-технологического института РАН
<b>Парфенов В. А.</b>	генеральный директор НПЦ «Энергоинвест»
<b>Поденок А.Е.</b>	д.э.н., президент МОО «Московская Ассоциация предпринимателей»
<b>Пчеляков О. П.</b>	д.ф.-м.н., проф., заместитель директора ИФП СО РАН
<b>Теличенко В. И.</b>	д.т.н., проф., ректор Московского государственного строительного университета
<b>Фролкова А.К.</b>	д.т.н., проф., ректор Московского государственного университета тонких химических технологий им. М.В. Ломоносова
<b>Хохлов А. Р</b>	академик РАН, проректор МГУ им. М. В. Ломоносова



Редакция журнала в своей работе использует лицензионную Справочную Правовую Систему КонсультантПлюс. Услуги по обслуживанию Системы КонсультантПлюс оказывает информационный центр "Сплайн".

тел/факс: 755-88-97

[www.dcbetru](http://www.dcbetru)

PL технология ПРОФ

а правах рекламы

# ТРУДОУСТРОЙСТВО ВЫПУСКНИКОВ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

*Драгилева Л.Ю., к.т.н., зав. кафедрой экономики и сервиса,  
Степулева Л.Ф., соискатель, старший преподаватель.  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса*

**Аннотация.** Конкурентоспособность вуза и его образовательных программ должна оцениваться востребованностью выпускников на рынке труда, подтвержденной их трудоустройством и успешной реализацией полученных профессиональных знаний на практике.

**Abstract.** Competitiveness of higher education institution and its educational programs should be estimated by a demand of graduates on a labor market, confirmed with their employment and successful realization of the received professional knowledge in practice.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, трудоустройство, выпускники вузов.

**Keywords:** competitiveness, employment, graduates of higher education institutions.

"ля оценки конкурентоспособности вузов применяют различные группы показателей. Одним из показателей, определяющих конкурентное положение вуза на рынке образовательных услуг, является востребованность его выпускников на рынке труда, которая подтверждается их трудоустройством. Значимость показателя трудоустройства определяется также тем, что он является одним из критериев при государственной аттестации вузов. Кроме того, данный показатель формирует имидж высшего учебного заведения, как выпускающего успешных специалистов, востребованных со стороны бизнес-среды.

В свою очередь, под конкурентоспособностью выпускника вуза на рынке труда будем понимать его способность выиграть у прочих претендентов экономическое состязание в трудоустройстве на «хорошее» рабочее место, адекватное полученной специальности, за счет наилучшего соответствия уровня профессиональной подготовки и личностных характеристик требованиям рабочего места и субъективным предпочтениям работодателей [1]. Следовательно, чтобы иметь возможность ежегодного отслеживания и своевременного реагирования на положение дел с трудоустройством выпускников, вузам требуется проведение систематического мониторинга показателей трудоустройства, а не только в период их аккредитации.

Следует отметить, что конкурентоспособность образовательных услуг можно рассматривать как некую пирамиду: конкурентоспособность выпускника - конку-

рентоспособность отдельного направления подготовки - конкурентоспособность вуза в целом.

В данной работе был использован методический инструментарий многоуровневой диагностики трудоустройства выпускников по направлению подготовки «Товароведение и экспертиза товаров» Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (ВГУЭС) в период с 2004 по 2011 годы (до 2004 года выпусков не было).

Многоуровневая диагностика заключается в том, что данные получены в процессе структурированного интервьюирования, позволяющие достичь высокой степени достоверности оценки. Данное направление выбрано не случайно. Подготовка специалистов по данному направлению претерпевала значительные изменения спроса в разное время. В период плановой экономики такие специалисты считались самыми востребованными, потому что со стороны потребителей образовательных услуг профессия товароведа выглядела привлекательной в условиях тотального дефицита. В период перестройки и всеобщего сокращения кадров на предприятиях торговли, профессия товароведа практически исчезла из штатных расписаний. На смену пришли менеджеры, консультанты, торговые представители и другие профессии. Это обернулось тем, что рынок наполнился товарами ненадлежащего качества.

В настоящее время пришло понимание, что недоброкачественные товары или услуги не могут обеспечить успех в бизнесе. Как следствие, увеличился спрос на специали-

тов данного профиля. Появились вакансии товароведов-экспертов. Изучение запросов работодателей г. Владивостока за последние полгода, опубликованных на страницах таких рекламных изданий, как «Дальпресс» и «Из рук в руки», показывает, что у торговых и сбытовых организаций еженедельно появляется до 10 вакансий товароведов и товароведов-экспертов. Есть основание полагать, что фактически количество вакансий в несколько раз больше, так как не все работодатели дают объявления в газеты.

Поэтому наш Университет не мог оказаться в стороне от подготовки специалистов, которые могут реально представить и оценить достигнутый уровень качества, помочь предприятиям уменьшить коммерческий риск, обеспечить необходимый уровень качества и безусловный успех в продвижении товаров и услуг. Однако чтобы иметь представление о реальном трудоустройстве наших выпускников и реализации ими полученных профессиональных знаний на практике, был осуществлен их опрос по заранее разработанной анкете. У выпускающей кафедры сформирована база данных выпускников всех лет, которая ежегодно обновляется посредством проводимого мониторинга по стандартизированной анкете и опросов, устраиваемых на встречах выпускников.

В данном исследовании остановились на показателях, являющихся расчетными и позволяющими проанализировать фактическое трудоустройство, профильное трудоустройство и конкурентное профильное трудоустройство.

