

# **Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности**



Уфа 2016

УДК 005+339.138

Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: сб. науч. тр. / под общ. ред. У. Г. Зиннурова; Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа: РИК УГАТУ, 2016. – 376 с.

Освещаются основные проблемы менеджмента и маркетинга в различных сферах деятельности. В подготовке сборника приняли участие преподаватели, аспиранты, соискатели и студенты кафедры менеджмента и маркетинга Уфимского государственного авиационного технического университета.

Сборник адресуется широкому кругу читателей.

Ответственные за выпуск:

д-р экон. наук, проф. Зиннуров У. Г.,  
ст. преподаватель Ихтисамова Г. А.

*Материалы публикуются в авторской редакции. Для проверки материалов использована система «Антиплагиат» (<http://ugatu.antiplagiat.ru/>).*

**ISBN 978-5-4221-0931-9**

© Оформление. РИК УГАТУ, 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

Абдеева К. И., Ихтисамова Г. А. TROUBLE-SHOOTER – ПРОФЕССИЯ СОВРЕМЕННОСТИ.....	9
Аглиуллина И. Р. МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ.....	14
Амирханова Л. Р., Билялов Р. М., Насибуллина Н. И. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ЗАО «ОЗНА-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ».....	21
Амирханова Л. Р., Терешин О. В. ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	26
Амирханова Л. Р., Терешин О. В., Кузнецова В. В. ОБ ОДНОМ ПОДХОДЕ К ОПТИМИЗАЦИИ МОЩНОСТЕЙ ОАО «АВИАКОМПАНИЯ «ЮТЭЙР».....	33
Ахмедьянова А. Р. ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ.....	36
Ахмедьянова А. Р. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ.....	40
Ахметова Е. А. ПРОБЛЕМЫ ФАНДРАЙЗИНГА В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ.....	45
Ахметова Е. А. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ PR- ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ.....	49
Ахметшин М. О. ВОПРОСЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	53
Бабкина Г. А., Науразбаева Ю. В. ПРОБЛЕМА ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ И ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ.....	57
Баязитова А. Н., Попова Е. С. ОСОБЕННОСТЬ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ И ЕЕ РОЛЬ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ.....	60
Бикметов Е. Ю., Хуснутдинова А. В. PR-КОММУНИКАЦИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРИКЛАДНОЙ АСПЕКТ.....	64
Бикметов Е. Ю., Насретдинова Э. С., Полянская А. А. ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМОЙ.....	70
Бикметов Е. Ю., Юлдашева О. Н., Рамеев Р. А. ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО	

УПРАВЛЕНИЯ.....	76
Бикметов Е. Ю., Кузнецова Е. В.	
СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК КОММУНИКАТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМ..	80
Бикташев Ю. Р., Дементьева О. В.	
ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ ЗА РУБЕЖОМ.....	87
Ю. Р. Бикташева	
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕЯВНОЙ РЕКЛАМЫ В СООБЩЕСТВАХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.....	93
Голиков С. В., Голикова Е. А.	
ИДЕОЛОГИЯ «ЧАЙЛДФРИ» В МОЛОДЕЖНЫХ ВИРТУАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ.....	99
Гумерова З. Ж., Гумерова Н. Ж.	
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ БИЗНЕС-ПЕРЕГОВОРОВ С ИНОСТРАННЫМИ ПАРТНЕРАМИ.....	105
Данилова К. В.	
ВНУТРЕННИЙ PR КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИМ ИЗМЕНЕНИЯМ.....	111
Данилова К. В.	
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА: PR И РЕКЛАМА.....	117
Данилова К. В., Смирнова А. О.	
АНАЛИЗ ПРЕИМУЩЕСТВ И НЕДОСТАТКОВ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ БРЕНДА.....	123
Дементьева О. В.	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОФОРИЕНТАЦИИ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ.....	130
Ергунов А. Н., Кильмаметов А. Р., Сафарова Э. И.	
КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ В ПРОЦЕССЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА.....	133
Загитова Д. Р., Филлипова Э. В.	
КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК МЕТОД ПОДДЕРЖАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА.....	137
Зайкина К. А.	
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	142
Зиннуров У. Г., Петрова О. В.	
УПРЕЖДЕНИЕ КРИЗИСНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МОНИТОРИНГА ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	148
Исмагилова В. С., Вачаев Д. Ю., Майский Р. А.	
ПЛАНИРОВАНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА ПРОИЗВОДСТВА	156

ПОЛИПРОПИЛЕНА ПАО «УФАОРГСИНТЕЗ».....	
Касимова Э. Р., Бойко Е. В.	
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ.....	163
Касимова Э. Р., Сафина С. А.	
АНТИКРИЗИСНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ.....	171
Касимова Э. Р., Тагирова Э. И.	
ПРИМЕНЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА В ЧАСТНЫХ КОМПАНИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ.....	177
Касимова Э. Р., Конькова Е. С.	
ПРОФИЛАКТИКА И РЕШЕНИЕ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОНФЛИКТОВ.....	185
Кильмаметов А. Р., Ергунов А. Н., Исмагилов А. Р.	
ПОРЯДОК ВЫБОРА СТРАТЕГИИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРА ЗА РУБЕЖОМ.....	193
Кутуева К. Р., Исмагилова В. С.	
ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫХОДА ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ РЫНОК... ..	198
Левина К. Е.	
СИЛА БРЕНДА КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	205
Левина К. Е.	
УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ КОМПАНИИ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ.....	209
Миненко И. П.	
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТНЫМИ РИСКАМИ.....	214
Миненко И. П.	
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ.....	219
Мухадисова Р. Ф.	
АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	223
Насретдинова Э. С.	
РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНД- ИМИДЖА ПРОМЫШЛЕННОЙ КОМПАНИИ.....	229
Насретдинова Э. С.	
ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНД-ИМИДЖА НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ КОМПАНИИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ.....	233
Никонова И. А.	
ФАНДРАЙЗИНГ НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ФЕСТИВАЛЯ «ЧЕЛОВЕК ТРУДА».....	237
Никонова И. А.	243

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ПРИМЕРЕ СЕТИ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ «GRANDE BOUTIQUE».....	
Палатова Д. Р.	
РОЛЬ РОССИЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ КОМПАНИЙ- КОНСУЛЬТАНТОВ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ (АКОС) В МЕЖДУНАРОДНОМ ПРОДВИЖЕНИИ.....	252
Пестова Р. Г.	
ОТНОШЕНИЯ СО СМИ. ТЕХНОЛОГИЯ СОСТАВЛЕНИЯ ПРЕСС- РЕЛИЗА.....	256
Петрова О. В.	
ИННОВАЦИОННО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК МЕХАНИЗМ УКРЕПЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ПОЗИЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	261
Пономарева К. В., Кажефоров И. А.	
ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ.....	265
Пономарева К. В., Кажефоров И. А.	
ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ С ПЕРСОНАЛОМ.....	268
Попова Е. С., Исмагилова А. Р.	
РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.....	272
Рафикова Л. Т. , Кузнецова Е. В.	
КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЕ СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ В ИТ-СФЕРЕ.....	280
Сафарова Э. И., Ергунов А. Н.	
СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	283
Синицкая Д. С., Ихтисамова Г. А.	
КРЕАТИВНЫЕ ИДЕИ В РЕКЛАМЕ.....	287
Смирнова А. О.	
КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВО ПОСТРОЕНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ СТРУКТУРЫ БАНКА.....	291
Смирнова А. О., Данилова К. В., Исмагилов А. Р.	
КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЕМЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА НА ПРИМЕРЕ ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЙ.....	297
Стрижова В. В., Кузнецова Е. В.	
МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ.....	301
Тагилова Э. И., Ихтисамова Г. А.	307

УЛУЧШЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ.....	
Тарасова Д. В.	
ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНСТИТУТА ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ (IPR) ВЕЛИКОБРИТАНИИ.....	314
Тесленко В. А.	
ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ .....	319
Тесленко В. А., Кузнецова Е. В.	
СУЩНОСТЬ И ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КОМПАНИИ.....	322
Феоктистова Ю. С., Кузнецова Е. В.	
УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКОЙ В МАГАЗИНЕ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ.....	326
Хадыева А. Г., Эйгин С. С.	
РОЛЬ АССОЦИАЦИИ PR-КОНСУЛЬТАНТОВ (ICO) В ПОВЫШЕНИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ.....	330
Цветкова К. А.	
ЗНАЧЕНИЕ КОДЕКСА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ.....	334
Шестернина М. В., Стояльцева А. А.	
ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	338
Шуткова В. В., Кузнецова Е. В. , Касимова Э. Р.	
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ.....	344
Эйгин С. С., Хадыева А. Г.	
ПРОПАГАНДА КАК ФУНКЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	348
Яппарова Д. И., Пацков А. Е.	
НАЛИЧИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ СПОСОБНОСТЕЙ СОИСКАТЕЛЕЙ РАБОТОДАТЕЛЕМ.....	352
Яппарова Д. И., Пацков А. Е.	
МАРКЕТИНГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ.....	358
Яппарова Д. И., Феоктистова А. С.	
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ SMM В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНА ПОДРОСТКОВОЙ ОДЕЖДЫ.....	368

*Яппарова Д. И.*

Уфимский государственный авиационный технический университет

*Пацков А. Е.*

Уфимский государственный авиационный технический университет

## **НАЛИЧИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ СПОСОБНОСТЕЙ СОИСКАТЕЛЕЙ РАБОТОДАТЕЛЕМ**

*Аннотация:* В статье авторами рассмотрены проблемы высшей школы. Выдвинут, проанализирован и объяснен основной критерий оценки уровня соискателей, впервые поступающих на работу, и рассмотрены возникающие при его использовании проблемы.

*Ключевые слова:* Высшая школа, вуз, теория игр, уровень высшего образования.

Высшее образование оказывает сильное влияние на выбор жизненных стратегий молодых людей, формируя в процессе обучения определенную систему ценностей и мировоззрение. В законе об образовании в редакции от 2015 года сказано, что образование – единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов [1]. При этом во многом именно высшая школа определяет дальнейший стиль жизни человека, его трудовые предпочтения, привычки и мировоззрение, так как чаще всего получение высшего образования приходится на возраст, в котором они формируются и закрепляются.

Высшее образование в России набирает все большую популярность, так уже в 2008 году число студентов вузов более чем в два с половиной раза превзошло показатель 1990 года (рисунок 1) [2].

В тоже время, по данным исследований, регулярно публикуемых Организацией Объединенных Наций при помощи ЮНЕСКО рейтинг уровня



образования в России (EducationIndex) за последние двадцать лет упал более чем на тридцать позиций [3].

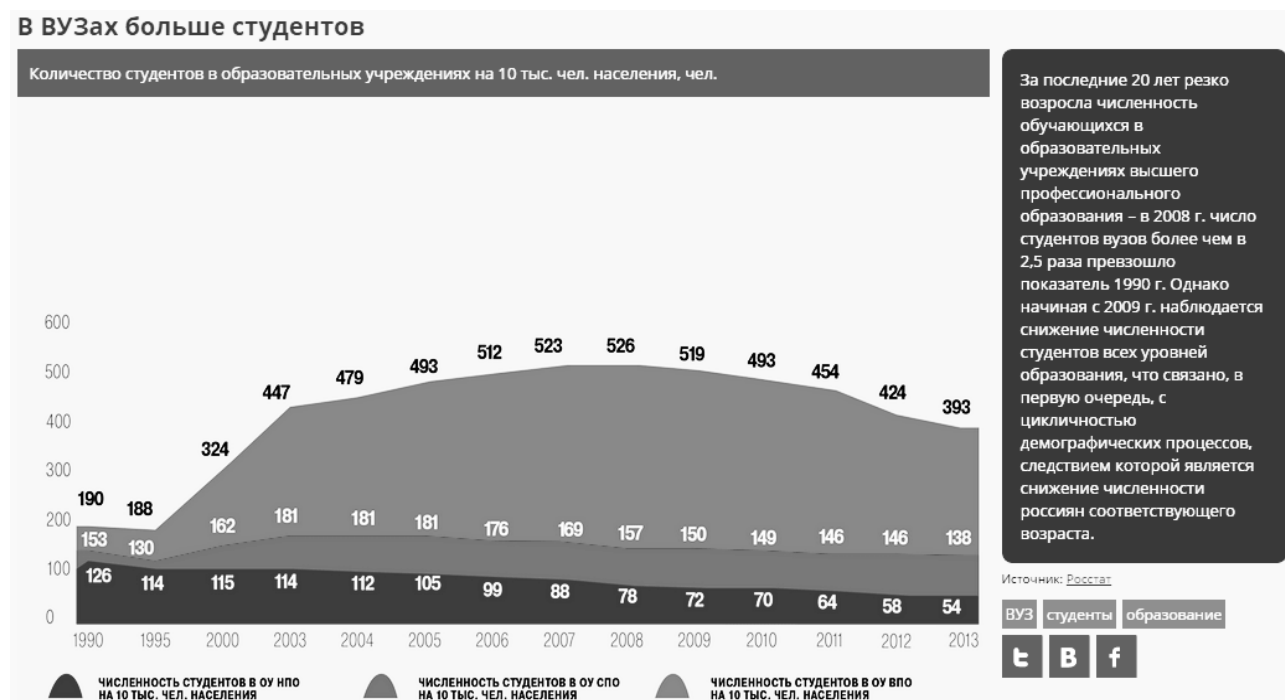


Рис. 1. Количество студентов в образовательных учреждениях

Тенденцию к снижению уровня образования частично можно объяснить преобразованиями в области экономики и права в период реформ 90-х годов и вступления в рыночную экономику. Частичный выход вузов из-под контроля государства, открытие коммерческого обучения в государственных вузах и появление частных вузов ожидаемо привело к снижению уровня высшего образования. Однако реформы в области образования не являются единственной причиной снижения уровня высшего образования. В данном контексте существенно недооценена роль работодателей, которые принимают на работу выпускников различных учебных заведений и предъявляют собственные (зачастую неоправданные) требования к соискателям. Ведь при рыночной экономике именно работодатели создают спрос среди абитуриентов на те или иные направления обучения, а также на получение высшего образования в целом, путем установки требований к соискателям (обязательное наличие диплома о высшем образовании) и дифференциации уровня зарплат.

По данным портала «RussiaReview» все больше россиян видят связь между уровнем их профессиональных компетенций и размером доходов. Если в 2005 г. их доля среди россиян составляла 53 %, то в 2013 г. – уже 78 %. Одновременно снизилась доля тех, кто не видит зависимости между своими знаниями и доходами: за 8 лет с 34 до 20 % [2]. При этом под результатом оценки уровня профессиональных компетенций чаще всего подразумевается получение диплома того или иного высшего учебного заведения. Данная зависимость возникает в следствие повального требования наличия высшего образования со стороны работодателей даже при приеме на самую простую и не требующую высокой квалификации работу. В такой ситуации, соискатели просто вынуждены поступать в вузы и получать высшее образование, чтобы соответствовать требованиям и получить работу.

Молодые люди в большинстве своем рассматривают институт высшей школы только как «социальный лифт», а не как источник универсальных знаний и саморазвития личности. Высшее образование стало «прикладным» и «инструментальным», практически перестав выполнять часть своих функций (например, воспитание). С развалом Советского Союза, сменился господствующий тип рациональности, высшее образование стало для молодежи «панацеей», гарантирующей достойную карьеру. С точки зрения критической теории, в экономике победившего капитализма все больше и больше молодых людей руководствуется так называемой «инструментальной» рациональностью, т.е. отношением на основе определения полезности, утилитарной функции вещей [4]. Выбор будущей профессии зачастую продиктован системой и является целерациональным действием, так как в его процессе все меньше и меньше учитываются внутренние мотивы и предрасположенность абитуриента к той или иной профессии. Все больше людей основывают свой выбор не на том, что им нравится и чем они хотят заниматься, а на том, что как они предполагают (зачастую ошибочно) принесет им большие деньги, карьеру или высокую «не пыльную» должность.

Однако если до недавнего времени можно было вполне обоснованно считать, что наличие диплома престижного вуза выступает гарантом высокооплачиваемой работы, то с ужесточением требований работодателей, огромным ростом спроса на высшее образование и сопутствующим ему снижением качества, ценность такого диплома значительно снизилась и уже не может ничего гарантировать. На сегодня, наличие высшего образования не гарантирует высокооплачиваемую работу, а лишь позволяет участвовать в конкурсе и соответствовать почти минимальным требованиям работодателей. При этом не стоит считать работодателей абсолютным злом, которое намеренно снижает уровень образования высшей школы. Они всего лишь используют те критерии отбора соискателей, которые предоставляет им общество.

«В большинстве случаев навыки, необходимые для успешной работы в той или иной компании или профессии, приобретаются непосредственно на месте работы. Но что работодателям действительно необходимо знать, но трудно определить – так это общая способность будущего сотрудника мыслить и обучаться. Хороший диплом, полученный в престижном учебном заведении, – это сигнал, свидетельствующий о наличии такой способности. Обладатель такого диплома как будто говорит: «Если бы я был не столь талантлив, разве я окончил бы Принстон с отличием?» [5]. Из приведенной цитаты ясно, что многие работодатели вполне обоснованно используют наличие диплома о высшем образовании в качестве одного из критериев отбора соискателей. Во многом это единственный параметр, по которому работодатель может объективно оценивать соискателя, впервые устраивающегося на работу и еще не имеющего реальных навыков и опыта. Со временем все большее число российских работодателей стало использовать данный критерий в своей кадровой политике, что привело к общему повышению требований к соискателям. В тоже самое время вузы, выходящие из-под крыла государства стали все более коммерциализироваться: появились частные вузы, а в

большинстве государственных, на ряду с бюджетными местами, появились коммерческие, что существенно увеличило доступность образования, так как критерии для поступления в вуз на коммерческой основе значительно ниже.

Снижение входного порога создало ситуацию, в которой практически любой желающий, вне зависимости от таланта и способностей, при наличии денежных средств может получить диплом о высшем образовании. Таким образом, наличие диплома о высшем образовании как критерий объективной оценки способностей соискателя был дискредитирован. «Если более талантливый человек повысит свой уровень образования, менее талантливый может сделать то же самое; его могут принять за более талантливого и дадут более выгодную работу и более высокую заработную плату. В таком случае действительно талантливый человек должен снова повысить уровень образования, чтобы чем-то выделиться среди других. И вот даже самая простая офисная работа уже требует диплома магистра. Истинные способности потенциальных сотрудников остались неизменными» [5].

При этом снижение входного порога коммерческого обучения является «вынужденным» шагом со стороны вузов и государства, так как в противном случае большая часть абитуриентов, не сумевших преодолеть высокий входной порог не будет проходить требования работодателей, что приведет к огромному дефициту специалистов с высшим образованием на рынке труда. Данная гипотетическая ситуация либо вынудит вузы снизить входной барьер, либо вынудит работодателей снизить собственные требования, но так как вузы в каком-то смысле являются коммерческими организациями, им, с экономической точки зрения, выгоднее снизить входной порог, для того, чтобы принять и обучить большее количество студентов на платном отделении.

Однако снижение входных барьеров поступления в вуз ведет к тому, что в нем могут обучаться менее способные студенты, которые не могут освоить учебную программу наравне с более способными студентами, а, следовательно, не могут закончить вуз при таких условиях. Вследствие этого вузы вынуждены

либо отчислять всех отстающих студентов (что не выгодно экономически), либо снижать общие требования ко всем студентам, что ожидаемо, ведет к снижению уровня образования, (в том числе и бюджетного, так как и «платники», и «бюджетники» учатся по одним и тем же учебным программам). Благодаря вышеперечисленным причинам уровень высшего образования продолжает падать, а критерий «наличие диплома у соискателя» почти полностью дискредитирован для работодателей во многих отраслях.

Россия с 2003 года присоединилась к Болонскому процессу и с 2010 года российские государственные вузы перешли на двухуровневую систему высшего образования (бакалавриат и магистратура). Подобная система может стать в какой-то мере выходом из сложившейся ситуации. Для того, чтобы соответствовать требованиям работодателей о высшем образовании, соискателю будет достаточно получить степень бакалавра, при этом, работодатель может использовать наличие степени магистра для определения более способных кандидатов. При таком решении вузы не потеряют прибыль, продолжая обучать такое же (или большее) количество студентов на бакалавриате с низким входным порогом. Однако данное решение будет работать исключительно в том случае, если вузы (или государство на законодательном уровне) установят жесткие критерии отбора для поступающих в магистратуру и жесткие требования к обучающимся на программах магистратуры. При таких условиях выгоду получать все: вузы, работодатели, абитуриенты. В противном же случае, все пойдет по уже знакомому сценарию — снижение входного порога, снижение уровня образования и дискредитация наличия диплома магистратуры.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 02.03.2016) «Об образовании в Российской Федерации»
2. Россия удивляет. Культура и наука // сайт проекта «Россия удивляет»: URL: <http://russia-review.ru/culture.php> (дата обращения 25.03.2016)