

на региональном рынке труда.

*Кузнецова В.Ф.*

*г. Екатеринбург*

**Встречные ожидания работодателей и студентов:  
востребованность выпускников вузов в условиях  
рынка.**

Взяв курс на развитие рыночных отношений, наша страна столкнулась с множеством проблем. Теперь стало очевидно для всех, что рыночная система – бесстрастный механизм. Она не обеспечивает реализацию права на труд, на образование, медицинское обслуживание и пр., в конечном счете, она не содержит в себе гарантий социальной справедливости и равенства.

Тем не менее, в условиях рыночных реформ наблюдается рост образовательных потребностей всех слоев населения, особенно молодежи. Высшее образование становится важнейшим средством адаптации к рынку, позволяющим «вписаться» в новую экономическую реальность.

Вместе с тем, появилась острота ситуации с трудоустройством молодежи, обусловленная многими факторами. В частности, сохраняется профессионально - квалификационное несоответствие спроса и предложения рабочей силы. Если раньше государство трудоустраивало всех желающих работать, то теперь эта проблема полностью ложится на плечи самих людей, в том числе выпускников высших учебных заведений. В настоящее время

работодатели отдают предпочтение специалистам с высшим образованием, поэтому наличие высшего образования повышает шансы на трудоустройство.

Рыночные реформы привели к тому, что многие широко распространенные прежде специальности (например, естественнонаучные, инженерные) утратили свою актуальность, тогда как востребованность других и, в первую очередь, экономических и юридических, резко возросла.

В связи с повсеместной компьютеризацией нашей жизни, и экономики в частности, увеличился спрос на специалистов в области информационных систем в экономике. ИСЭ – сравнительно молодая специальность, но конкурс среди поступающих на нее с каждым годом растет.

Проведенное с помощью студентов исследование позволило сравнить социальные ожидания потенциальных работодателей и студентов УрГЭУ, обучающихся по данной специальности.

Во-первых, сами студенты (85% принявших участие в опросе) считают себя более конкурентоспособными, чем выпускники других специальностей. И работодатели при отборе кандидатов предпочтения тоже отдали выпускникам данной специальности УрГЭУ (86%), на втором и третьем местах соответственно УПИ (75%) и УрГУ (50%).

На основе ответов работодателей можно определить их требования к специалистам в области информационных систем в экономике. Работодатели считают обязательным знание

операционных систем, таких как Windows, DOS, Unix, программ: Office, 1С, СУБД, а также языков программирования: C++, Pascal, Delphi. Половина из них предпочла бы иметь специалистов со знанием английского языка. Интересен тот факт, что студенты считают необходимыми знания гораздо большего количества конкретных операционных систем и языков программирования, а также графических редакторов, и тоже отмечали важность владения английским языком. Кроме того, работодатели предъявляют следующие требования к личностным качествам поступающих на работу: коммуникабельность, уровень общей культуры, а также психологическая подготовка. Студенты же обратили внимание на знания менеджмента, экономики, необходимость знаний в области финансов, и также отметили важность умения общаться.

Почти все работодатели не могут обойтись без специалистов в области информационных систем и приняли бы выпускников соответствующей специальности на должности, где требуются знания ПК и экономики: экономист, бухгалтер, финансист и непосредственно программист. Студенты же, в основном, рассчитывают работать по специальности, но согласились бы и на другую работу, где требуются знания ПК и экономики: финансистом или менеджером, и лишь 8% согласились бы на должность бухгалтера.

Также нельзя оставить без внимания тот факт, что 92% респондентов-студентов, говоря о мотивации выбора специальности, отметили, прежде всего, заинтересованность ею, и не включили в

число мотивов, например, совет родителей, случайный выбор и т.п. Ни один человек не указал на престижность специальности, что, по-видимому, является особенностью студентов этой специальности, подчеркивающих, что главное для них – интерес к новым информационным технологиям. Однако при трудоустройстве они все-таки отметили важность критерия заработной платы (85%), а на второе место поставили перспективу дальнейшего роста (61%).

Работодатели при приеме на работу в первую очередь учитывают наличие диплома государственного вуза (75%), а также отмечают необходимость качественных знаний (25%). Негосударственные вузы и курсы не котируются.

Интересно отметить, что половина опрошенных работодателей на вопрос, какую заработную плату в месяц они готовы платить специалисту, ответили, что выше 12 тыс. рублей, 37% - меньше 6 тыс. руб. Однако почти две трети студентов рассчитывают на заработную плату в пределах 6-12 тыс. рублей. Выяснилось, что ожидания студентов относительно заработной платы оказались достаточно скромными, что не является типичным для всех нынешних студентов, особенно экономических вузов.

Таким образом, подводя итоги проделанной работы, можно сказать, что будущие специалисты в области информационных систем в экономике могут с оптимизмом смотреть в будущее, с уверенностью, что не останутся без работы после окончания университета. Но не стоит обольщаться на предмет того, что наличие диплома гарантирует стопроцентное трудоустройство. И

встречать выпускников будут по диплому, предварительно взглянув на выставленные в нем оценки, а в дальнейшем им придется продемонстрировать свои знания на практике.

*Александрова Н.А.*

*г. Екатеринбург*

## **Кадры рекламного бизнеса:**

### **уровень образования и квалификации**

Реклама в современном понимании этого феномена появилась в России относительно недавно, вместе с развитием рыночных отношений и возникновением относительного товарного изобилия. В обществе, основанном на экономике дефицита, потребность в рекламе объективно отсутствовала, а следовательно, в номенклатуре специальностей не нашлось места для профессий данного профиля. Поэтому получить образование в области рекламы невозможно было ни в вузе, ни в средне-специальном учебном заведении. Тем не менее, обилие рекламы однозначно свидетельствует о том, что рекламные услуги востребованы и в рекламном бизнесе задействованы значительные силы.

Ответить на вопросы о том, как сформировались кадры рекламистов, кто работает в рекламном бизнесе и каков профессиональный профиль этих специалистов, было призвано социологическое исследование «Профессиональный профиль специалиста рекламного бизнеса», проведенное в 2001г. в г. Екатеринбурге. Объектом исследования стал кадровый состав рекламных агентств нашего города, а предметом – уровень общей и