

Анализируя вышесказанное, можно утверждать, что, формируя предложение, не учитывается фактор спроса на ту или иную профессию со стороны предприятий-работодателей.

Для решения данных проблем, во-первых, необходимо информировать абитуриентов о существующих специальностях и направлениях подготовки. Во-вторых, нужен анализ рынка труда. Эта информация также необходима и доступна абитуриентам, чтобы они понимали, какие специальности наиболее перспективны, и то, что, получив модную экономическую или юридическую специальность, не всегда можно заработать баснословные деньги. В-третьих, важно наладить систему консультирования абитуриентов по вопросам выбора специальности и высшего учебного заведения.

Таким образом, правильно выбранная стратегия в области маркетинга способна помочь разрешению некоторых противоречий между спросом и предложением образовательных услуг, между государственным и негосударственным образованием, установить пропорции между гуманитарными и техническими специальностями, потребностями рынка труда и выпуском высококвалифицированных специалистов.

Список литературы

1. Маркетинг: учеб. для студентов / А. П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. — 4-е изд., стер. — М., 2006.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. В. А. Алексунина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М., 2006.

Э. Э. Ермакова
БрГТУ, Минск

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА НА РЫНКЕ ТРУДА

Процессы, происходящие в общественной жизни, находят свое отражение на рынке труда и тесно связаны с рынком образовательных услуг.

Баланс рабочих мест на рынке труда определяется совокупным предложением, охватывающим всю наемную рабочую силу из числа экономически активного населения, и совокупным спросом, определяющим потребность экономики в наемной рабочей силе. На современном этапе потребности экономики в образованных высококвалифицированных кадрах очевидны, однако предложение на рынке труда характеризуется превышением над спросом. Таким образом, получив

диплом о высшем образовании, выпускник вступает в конкурентную борьбу на рынке рабочей силы. Конкурентную среду образуют молодые специалисты, которые впервые устраиваются на работу по полученной специальности, и опытные специалисты-конкуренты, которые в данный промежуток времени находятся в поисках работы.

Конкуренция является формой взаимного соперничества субъектов рыночной экономики. Объектом конкуренции являются вакантные рабочие места, а субъектом — сам специалист. Действие множества субъектов-конкурентов направлено на объект конкуренции, но многоуровневая система отбора кандидатов позволяет достигнуть цели лучшим из них.

Выражаясь рыночными категориями, «выпускаемой продукцией» вуза является молодой специалист, который в соответствии со спросом на рынке труда должен обладать соответствующим качеством. Одним из показателей качества подготовки специалиста является его конкурентоспособность, т. е. его способность в конкурсной борьбе с претендентами занять предложенное нанимателем рабочее место.

Сегодня конкурентоспособность специалиста на рынке труда следует понимать как соответствие качества его образования и профессиональной подготовки требованиям работодателей, совокупность характеристик, определяющая сравнительные позиции конкретного работника или отдельных групп на рынке труда и позволяющая ему (им) претендовать на занятие определенных вакансий.

Оценкой конкурентоспособности молодого специалиста занимаются различные субъекты экономики: вузы, которые играют существенную роль в формировании конкурентоспособности молодых специалистов; посреднические фирмы (биржи труда, кадровые агентства); работодатели; сам специалист (самооценка). Но в результате оценка работодателя является решающей для ее определения. Из ряда предложений он выбирает ту кандидатуру на вакантную должность, которая больше соответствует его требованиям.

Образованию на современном этапе отводится важная роль подготовки будущего специалиста, кроме того, образование, полученное в вузе, имеет немаловажное значение при трудоустройстве и получение его всегда рассматривалось как один из показателей конкурентоспособности соискателя на вакантную должность. Но если совсем недавно в центре внимания высшего образования находились вопросы получения специальных знаний, то теперь конкурентоспособность выпускника определяется рядом дополнительных качеств. Среди них возможность адаптироваться к социальным условиям, умение самостоятельно продвигать свою кандидатуру на рынке, стремиться к успеху.

Таким образом, конкурентоспособность выпускника на рынке труда определяется, с одной стороны, качеством полученного образования, а с другой — его личностными качествами.

Качествами, характеризующими человека как личность, являются коммуникабельность, умение ясно выражать свои мысли устно и письменно, здоровье и физическая подготовка, общеобразовательный уровень. В каждом конкретном случае этот перечень может расширяться или сокращаться.

Конкурентоспособность вуза и конкурентоспособность выпускника – два взаимосвязанных понятия, где одно вытекает из другого. И если полученное образование может быть преимуществом при трудоустройстве специалиста при прочих равных условиях, то и успешно построенная карьера выпускника является одним из показателей эффективности деятельности вуза. Одним из критериев оценки деятельности учреждений, обеспечивающих получение высшего образования в соответствии с Постановлением Министерства образования Республики Беларусь, является востребованность выпускников за последние два года на уровне не менее 70 %. Важным направлением в соответствии с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2010 гг. является повышение конкурентоспособности рабочей силы и сбалансированности спроса и предложения рабочих мест на рынке труда, совершенствование системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров.

Очевидно, что положение выпускника высшей школы на рынке труда в современных условиях требует внимательного изучения, для этого необходимо тесное сотрудничество с предприятиями, постоянный мониторинг рынка труда.

Список литературы

1. О мерах по совершенствованию подготовки экономических кадров в Республике Беларусь: Постановление Министерства образования Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь, 7 марта 2007 г., № 19/47 // Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2007.

2. Лифиц, И. М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М., 2004.