

Можно отметить перспективность использования указанных подходов для малых и средних предприятий и организаций региона с учетом конкретных условий внутренней и внешней среды их функционирования. В перспективе полезно рассмотреть действие различных механизмов усиления эффективности функционирования предприятий через использование заёмных средств (лизинг, венчурное финансирование и другое). Большой резерв скрывается и в поиске организационных механизмов усиления мотивации труда и эффективного хозяйствования, а также расширение возможностей применения средств стандартизации различных уровней: предприятия, отрасли, страны, международный уровень. В особенности это относится к внедрению процессного подхода в управлении в соответствии с международными стандартами ISO.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Матюшков, Л. П. Диаграммный метод оценки сложных однородных объектов / Л. П. Матюшков, М. Н. Григорович // Вестн. Брест. ун-та. Сер. гуманитар. и обществ. наук. – 2009. – № 1 (36). – С. 136–142.

2. Варакулина, М. В. Состояние и направления развития жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь / М. В. Варакулина // Перспективы инновационного развития Республики Беларусь : сб. науч. ст. IV Междунар. науч. конф., Брест, 25–26 апр. 2013 г. / Брест. гос. техн. ун-т ; редкол.: А. М. Омельянюк [и др.]. – Брест : Альтернатива, 2013. – С. 116–118.

УДК 339.138(075.8)

Г. Т. Медведева

Беларусь, Брест, БрГТУ

ТЕХНОЛОГИЯ ПОИСКА РАБОТЫ

В условиях современных неблагоприятных тенденций экономического развития в Республике Беларусь состояние рынка труда приобретает особое значение. В первые месяцы 2015 г. отмечается тенденция снижения уровня занятости и, соответственно, рост числа незанятых. По данным официальной статистики число безработных в Брестской области составляет около 1 % общей численности экономически активного населения. В таких условиях поиск работы превращается в сложную проблему. Решение данной проблемы обычными способами, как правило, не представляется возможным. Искать работу просто по объявлению неэффективно. Новые технологии могут быть не только в информационной сфере или в производстве. Они появляются и в такой сфере как поиск работы. Одной из них является технология самомаркетинга.

Самомаркетинг – целенаправленное и последовательное использование испитанных наукой и практикой методов маркетинга в повседневной жизнедеятельности для того, чтобы наилучшим образом использовать свое время и свои

способности для достижения поставленных жизненных целей. Использование технологии самомаркетинга предполагает наличие определенных знаний и навыков построения своего поведения на рынке труда [1]. Рынок труда – это сфера рыночной экономики, в которой формируются:

- 1) со стороны наемных работников;
- 2) со стороны работодателей;
- 3) цена труда, или ставка заработной платы, или уровень оплаты труда.

В условиях переходной экономики основными субъектами рынка труда являются работодатели, наемные работники и государство, которое определяет правила поведения основных субъектов данного рынка. Исходя из данного понимания рынка труда, можно определить основные функции самомаркетинга на рынке труда:

- 1) четкое определение спроса на товар рабочая сила – это предполагает изучение структуры спроса, анализ тенденций его развития и так далее;
- 2) организация саморекламы и продвижения собственной рабочей силы: данная функция предполагает разработку плана поиска работы с использованием целого ряда инструментов маркетинга;
- 3) адаптационная функция самомаркетинга, сущность которой состоит в том, что при определении места будущей работы впоследствии не должно быть разочарования (как и при совершении покупки на товарном рынке).

С точки зрения автора наиболее существенным при реализации самомаркетинга является организация саморекламы и продвижения себя на рынке труда. Реализация данной функции предполагает разработку четкой технологической схемы поиска работы. Такая технология должна включать в себя следующие этапы.

1. Анализ самого себя. На данном этапе надо объективно ответить на две группы вопросов: первая – что я хочу – характер работы, профиль деятельности, график работы, возможность частых поездок, потребность в повышении квалификации и так далее; вторая группа вопросов – что я могу – это четкое определение собственных знаний, опыта, практических навыков.

2. Анализ спроса и предложения на рынке труда. При проведении данного анализа необходимо четко определить, какая группа профессий, должностей представляет наибольший интерес и сосредоточить свое внимание на вакансиях именно по данной группе.

3. Поиск информации о наличии вакансий. Источники информации в данном поиске можно, весьма условно, подразделить на две группы: первая – это источники устной информации: друзья, бывшие коллеги, знакомые, родственники. Эта информация строится в основном на личных связях, проверить или отследить ее динамику практически невозможно. Вторая – это региональные печатные издания, теле- и аудиореклама, сеть Интернет, информация центров занятости, кадровых агентств.

4. Подготовка документов. В процессе поиска работы Ваши документы постоянно должны находиться в «рабочем» состоянии. В соответствии с нормативно-правовыми актами обязательными документами являются паспорт, трудовая книжка (если она есть). Но все чаще и чаще работодатель требует резюме. Резюме – это обобщенные сведения о себе, своем образовании, профессиональном опыте и прак-

тических навыках. Этот документ должен быть подготовлен заранее. Существуют определенные требования к подготовке данного документа по форме, содержанию, объему, хронологии изложения сведений о себе. Для успешной подготовки резюме можно предложить один практический совет: необходимо сделать своего рода «заготовку» резюме, отразив в нем более подробные сведения о себе. Затем при необходимости откорректировать документ в соответствии с требованиями работодателя.

5. Контакт с работодателем. Самый простой вариант первого контакта – это телефонный звонок. Здесь тоже есть несколько простых правил сделать этот звонок более эффективным. Прежде всего – никогда не звоните сразу после прочтения информации о вакансии. Заранее надо составить две группы вопросов: 1) что могут спросить у вас (заранее четко сформулировать возможные варианты ответов); 2) что должны спросить вы, чтобы произвести на потенциального работодателя наиболее благоприятное впечатление. В том случае, если ваш телефонный звонок или отправленное по электронной почте резюме заинтересовали работодателя, вас могут пригласить на собеседование. Этот вариант контакта с потенциальным работодателем является наиболее важным. К собеседованию необходимо тщательно подготовиться. Эта подготовка может включать в себя следующее:

- сбор информации о предприятии;
- определение внешнего вида; более выигрышным является деловой стиль;
- повторное изучение своих документов;
- определение затрат времени, необходимого для того, чтобы добраться до места проведения собеседования; опоздание испортит впечатление о потенциальном кандидате на замещение вакантной должности.

6. Повторный контакт с работодателем. После прохождения собеседования уточните время, когда вы можете получить окончательный результат по вопросу приема на работу. Если работодатель не называет окончательный срок принятия решения, вы можете предложить связаться с ним самостоятельно, определив конкретную дату. В данном случае неопределенность не в вашу пользу – пока вы будете ждать ответа в одном месте, можно потерять работу в другом.

Для того чтобы поиск работы оказался результативным и вы нашли дело своей жизни, необходимо помнить: поиск работы – это очень тяжелая работа, которая включает в себя целый ряд элементов маркетинговой деятельности.

С точки зрения автора, изучение основ самомаркетинга позволит молодому специалисту, любому работнику, претендующему на замещение той или иной вакантной должности, чувствовать себя намного увереннее на рынке труда, более точно соотносить свои желания и возможности. Навыки самомаркетинга можно использовать и в дальнейшем, например, при планировании деловой карьеры, системы служебно-профессионального продвижения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Панкрухин, А. П. Маркетинг : учебник / А. П. Панкрухин. – М. : Омега-Л, 2006. – 656 с.