

ное исчерпание ресурса ранее созданных производственных мощностей произошло не в силу их полной загрузки, а по причине невозможности их применения для наращивания выпуска конкурентоспособной продукции и удовлетворения спроса. Формально в промышленности имеется значительный избыток мощностей, а де-факто большая их часть непригодна для вовлечения в производственный процесс.

- объем предприятий частной формы собственности составляет 68%, государственной 30,1%, а иностранной 1,9%;
- промышленный рост, наблюдавшийся в 1996-2000 гг., был основан на вовлечении в процесс производства дополнительных ресурсов, высвободившихся в результате распада единого народнохозяйственного комплекса;
- в динамике объема производственных мощностей отчетливо выделяются два периода: с 1995 по 1999 г. и с 2000 по 2002 г. До 1999 г. масштабное снижение объема мощностей происходило на фоне высоких темпов роста производства продукции в промышленности;
- наиболее высокий вклад в общий объем производства вносят предприятия смешанной формы собственности без участия иностранного капитала и предприятия республиканской формы собственности. Причем необходимо заметить, что деятельность предприятий смешанной формы собственности без участия иностранного капитала более эффективна, т.к. их доля всего 6,6%, а удельный вес объема производства практически такой же, как всей государственной формы собственности;
- наибольшее сосредоточение производственного персонала наблюдается в республиканской форме собственности и смешанной форме собственности без участия иностранного капитала. А из этого следует предположить, что на данных предприятиях нет перебора с выплатой заработной платы, она обеспечивает достойный уровень жизни работникам этих предприятий;
- вся промышленность Брестского региона представлена следующими отраслями: электроэнергетика, топливная, химическая и нефтехимическая, машиностроение и металлообработка, лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная, промышленность строительных материалов, легкая, пищевая.

УДК 331.108.2

Гарбец Р.

КВАЛИФИКАЦИОННОЕ СОБЕСЕДОВАНИЕ КАК ПРИМЕР МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ ТРУДА

Маркетинг на рынке труда можно рассматривать, с одной стороны, как кадровый маркетинг фирм, нуждающихся в работниках, а с другой стороны, как маркетинг лиц, ищущих работу. Указанные виды маркетинга, существующие на рынке труда, создают, на мой взгляд, маркетинг труда, который является примером инновационного маркетинга. В этом случае работу предлагается рассматривать как понятие вышеуказанное в отношении к таким понятиям как, например, персональный (кадровый) маркетинг или маркетинг лиц, ищущих работу (безработных). «Товаром», который продаем и покупаем на рынке труда, является квалификация и умения потенциальных работников, а ценой является размер прибыли, полученной посредством знаний и умений этих работников прибыли. Все виды нестандартной маркетинговой деятельности, существующие на рынке труда и обеспечивающие получение работы, являются примером инновационной маркетинговой деятельности. Чтобы определить, что это за деятельность, представим далее стандартные виды маркетинговой

- наибольший вклад в промышленность Брестского региона вносят предприятия пищевой (без мукомольно-крупяной) – 36,3%, машиностроение и металлообработка – 21,3%, деревообрабатывающая 11,6% и легкая промышленность – 10,7% (*Примечание:* 12.8. Удельный вес продукции отдельных отраслей в общем объеме продукции промышленности (в процентах к итогу)//Статистический сборник Брестской области 2003.-Брест – 2003);
- следующим этапом в проведении анализа промышленного потенциала нашего региона я считаю должен быть анализ ресурсной базы региона, производственно-экономических показателей по отраслям. Необходимо выявить те предприятия, которые при удельном весе от общего числа субъектов занимают небольшой объем, но вносят такой же вклад во всю деятельность промышленности, как и предприятия государственной формы собственности, т.е. что это за предприятия, что они производят, какие производственно-экономические показатели они имеют.

Первичный анализ промышленного потенциала показал, что в 2002-2003 гг. «восстановительный» рост в Брестском регионе закончился. Исчерпание ранее созданных ресурсов, в том числе по причине снижения их качества, и, как следствие, снижение конкурентоспособности производимой продукции выдвигают на первый план проблему источников дальнейшего развития белорусской промышленности. Рост должен происходить на качественно новой технологической основе. Необходимо время, чтобы накопить ресурсы для роста в тех отраслях, которые способны определить динамику промышленности в последующем. Для поддержания темпов роста после восстановительного периода необходимы серьезные структурные изменения в реальном секторе, которые не дают краткосрочной отдачи, но закладывают качественную ресурсную базу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2001-2005 год/Советская Белоруссия-2001.
2. Статистический сборник Брестской области 2003г.- Брест 2003.
3. Желтков И.М. Факторы промышленного роста республики Беларусь в 1996-2003 году.//БЭЖ -2004.-№2.

деятельности. К стандартным маркетинговым действиям фирм на рынке труда относятся:

- ⇔ объявления в газетах о свободных рабочих местах;
- ⇔ вербовка через работников фирмы;
- ⇔ договоренности с вузами о трудоустройстве выпускников;
- ⇔ объявления о свободных рабочих местах в службах занятости;
- ⇔ «хэдхантинг»;
- ⇔ поиск кандидатов на рабочие места посредством т.н. дней открытых дверей;
- ⇔ представление информационных материалов о возможности трудоустройства,
- ⇔ трудоустройство посредством неформальных контактов.¹⁴

¹⁴ Por.K.Schwan, K.Seipel: *Marketing kadrowy*, Wydawnictwo C-H-Beck, Warszawa 1997, s.122-142

К стандартной маркетинговой деятельности на рынке труда со стороны лиц, желающих получить работу, относятся:

- ⇔ контакты с работниками фирм, нуждающихся в персонале,
- ⇔ участие в днях карьеры и т.н. днях открытых дверей,
- ⇔ сотрудничество с фирмами, занимающимися посредничеством в поиске работы,
- ⇔ объявления о поиске работы,
- ⇔ поиск всевозможной информации о вакансиях,
- ⇔ информирование знакомых о поиске работы.

Реализация маркетинговой деятельности на рынке труда приводит в результате к трудоустройству лиц, нуждающихся в нем. Трудоустройство работника является одним из этапов кадрового процесса.

Кадровый процесс – это систематическая процедура, служащая обеспечением организации определенных лиц на определенных должностях в определенное время.¹⁵ По J.Stoner и С.Wankel кадровый процесс состоит из следующих этапов:

- 1) планирование людских ресурсов,
- 2) набор кандидатов,
- 3) добор кандидатов,
- 4) введение в работу,
- 5) обучение и совершенствование персонала,
- 6) оценка эффективности работы персонала,
- 7) перевод работника на другое место (должность),
- 8) увольнение работника.¹⁶

Уместен в таком разделении в качестве кульминационного пункта для каждой из сторон кадрового процесса т.н. добор кадров. Одним из методов добора кадров в организации является т.н. квалификационное собеседование.

Квалифицированное собеседование является основным видом инновационного маркетинга, используемого на рынке труда, когда предоставляется возможность находчивым молодым людям представить уровень своей квалификации и умения будущему работодателю, чтобы он убедился в том, что трудоустройство данного кандидата является просто необходимым для эффективного функционирования его предприятия.

Квалификационное собеседование называется также вступительной беседой или интервью, предшествующим трудоустройству, и является решающим элементом в вопросе о найме кандидата на рабочее место. В ходе беседы оцениваются личностные особенности кандидата, поведение, манера вести беседу. Другими словами, квалификационное собеседование – это «разговор-продажа, во время которой кандидат экспонирует свои способности»¹⁷. По R.N.Bolles собеседование представляет собой такую ситуацию, когда «два человека сидят друг напротив друга, и каждая из сторон пробует определить, кем является другая».¹⁸ По словам G.Łapińskiego собеседование должно иметь форму диалога.¹⁹

Выделяются пять видов собеседования:

- 1) собеседование по установленному образцу,

- 2) свободный разговор,
- 3) комплексный разговор (объединение вышеуказанных видов),
- 4) разговор в ситуации стресса,
- 5) групповой разговор.²⁰

Собеседование по образцу является примером стандартным с подготовленными заранее работником фирмы вопросами, на которые отвечает кандидат.

Свободный разговор основан на проведении незапланированной дискуссии с кандидатом.

Комплексный разговор представляет собой запланированный опрос с продолжением в форме свободной дискуссии.

Разговор в ситуации стресса имеет целью узнать, как себя поведет кандидат в стрессовой ситуации, также главной целью является имитация такой ситуации и наблюдение за поведением кандидата.

Групповой разговор основан на проведении собеседования с группой людей, и принятие решений о трудоустройстве является коллективным.

По утверждениям других авторов собеседование является одним из этапов селекции работников. Селекция является процессом сбора информации о кандидатах на рабочие места и выбора наиболее подходящего на вакантное место.²¹

К этапам селекции относятся:

- 1) знакомство с письменным предложением кандидата,
- 2) первоначальный разговор с кандидатом,
- 3) проверка информации, полученной от кандидата,
- 4) тест и заключительный разговор с кандидатом.
- 5) заключение медицинского обследования,²²
- 6) прием на работу выбранного кандидата.²²

По мнению как М.Kostera так и R.Jurkowskiego, собеседование, как элемент селекции, должен быть проведен в два этапа. Первоначальным является этап сбора основной информации о кандидате. Далее происходит проверка собранной информации и проведение тестов пригодности к работе на данной вакансии и окончательное собеседование в форме предметного разговора. Заключительное собеседование имеет целью подтверждение достоверности информации о кандидате и знакомство с ним как с человеком, потенциальным членом рабочего коллектива. Структура заключительного разговора состоит из следующих этапов:

1. Вступительный – знакомство собеседников, персональные данные и основные сведения.
2. Интерпритация фактов и их значение для кандидата.
3. Личные мнения, мысли и взгляды.
4. Система ценностей кандидата.²³

Однако по М.Костецкому собеседование должно складываться из следующих этапов:

- 1) приветствие,
- 2) подведение к основной части беседы,
- 3) представление порядка беседы,
- 4) вопросы, касающиеся умений кандидата,
- 5) вопросы, касающиеся предыдущей работы, целей и достижений кандидата.

¹⁵ R.Jurkowski: Zarządzanie personelem. Proces kadrowy i jego prawne aspekty. Dom Wydawniczy ABC. Warszawa 1998, s.45

¹⁶J.Stoner, C.Wankel: Kierowanie, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994, s.278-279

¹⁷ M.Lucas: Jak skutecznie ubiegac się o pracę?, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994, s.11

¹⁸ R.Bolles: Spadochron. Praktyczny podręcznik dla osób planujących karierę, szukających i zmieniających zawód, Fundacja Inicjatyw Społeczno-ekonomicznych, Warszawa 1993, s.164

¹⁹ G/łapiński: Zdobyć atrakcyjną pracę, Wydawnictwo Infor, Warszawa 1998, s.52

²⁰ L.Grensing: Jak rekrutować pracowników-odszukaj, wybierz i zatrudnij właściwych ludzi, Wyd.Książki Pomóż sam sobie sp.z.o.o, Lublin 1997, s.51-52

²¹ R.Jurkowski: Zarządzanie personelem. Proces kadrowy i jego prawne aspekty, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998, s.82

²² M.Kostera: Zarządzanie personelem, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1999, s.64

²³ R.Jurkowski: Zarządzanie personelem. Proces kadrowy i jego prawne aspekty, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998, s.86

- 6) вопросы, касающиеся самооценки, квалификации, талантов, особенностей, успехов, и т.п.
- 7) предоставление краткой информации о предприятии и характере предстоящей работы одновременно с предоставлением возможности кандидату задавать вопросы.
- 8) завершение беседы и информирование кандидата о дальнейших событиях.²⁴

Значительным облегчение для представителя фирмы во время разговора является заранее подготовленная квалификационная анкета. Данная анкета должна содержать:

- 1) имя и фамилию кандидата,
- 2) дату проведения разговора,
- 3) краткий перечень обязанностей на вакантной должности,
- 4) минимальные требования к уровню квалификации кандидата,
- 5) образование кандидата,
- 6) соответствие образования с требованиями должности.
- 7) опыт работы кандидата.
- 8) соответствие предыдущего опыта кандидата с необходимым на вакантной должности.
- 9) время основной работы.
- 10) причины ухода с предыдущего места работы,
- 11) главные цели кандидата,
- 12) мотивы получения данной работы,
- 13) замечания о манерах поведения кандидата.²⁵

Лица, находящиеся в поиске работы, перед собеседованием должны помнить о следующем:

- сборе первичной информации о фирме,
- узнать, кто будет проводить собеседование,
- прочитать еще раз анкету,
- подготовиться к вопросам, которые могут появиться в ходе разговора,
- уточнить, сколько времени потребуется на то, чтобы добраться до места,
- позаботиться о собственном внешнем виде и настрое.²⁶

В итоге, все действия на рынке труда, одинаково осуществляемые как фирмой-нанимателем, так и потенциальным

работником, являются разновидностями маркетинговой деятельности (стандартной или нестандартной), служащими для удовлетворения потребностей в трудоустройстве. Эффективность этих действий измеряется количеством трудоустроенных. Учитывая актуальность ситуации на рынке труда (около 20% безработных), любая полученная работа – это результат стараний и усилий безработных. Увеличение их осведомленности о тенденциях на рынке труда и умений в поиске работы является целью инновационного маркетинга на рынке труда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. R.N. Bolles: Spisochron. Praktyczny podręcznik dla osób planujących karierę, szukających i zmieniających zawód, Fundacja Inicjatyw Społeczno-ekonomicznych, Warszawa 1993
2. L. Gresing: Jak rekrutować pracowników-odszukaj, wybierz i zatrudnij właściwych ludzi, Wyd.Książki Pomóż sam sobie sp.z.o.o, Lublin 1997
3. R. Jurkowski: Zarządzanie personelem. Proces kadrowy i jego prawne aspekty, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998
4. M.Kostecki: Rozmowa kwalifikacyjna z kandydatem, Personel nr 7/1995
5. M.Kostera: Zarządzanie personelem, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1999
6. M. Lucas: Jak skutecznie ubiegać się o pracę? Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994
7. G.Łapiński: Zdobyć atrakcyjną pracę, Wydawnictwo Infor, Warszawa 1998
8. A.Pocztowski: Zarządzanie zasobami ludzkimi, zarys problematyki i metod, Antykwa, Kraków 1998
9. K.Schwan, K.Seipel: Marketyng kadrowy, Wydawnictwo C-H-Beck, Warszawa 1997
10. R.Sobiecki: Zarys gospodarki rynkowej cz.II, Oficyna Wydawnicza EUROMARK, Warszawa 1999
11. J.Stoner, C.Wankel: Kierowanie, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994.

²⁴ M.Kostecki: Rozmowa kwalifikacyjna z kandydatem, Personel nr 7/1995, s.8-9

²⁵ A.Pocztowski: Zarządzanie zasobami ludzkimi, zarys problematyki i metod, Antykwa, Kraków 1998, s.83-84

²⁶ R.Sobiecki: Zarys gospodarki rynkowej cz.II. Oficyna Wydawnicza EUROMARK, Warszawa 1999, s.69

УДК 65:338.242

Четырбок Н.П.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА: ПРЕДПОСЫЛКИ И АКТУАЛЬНОСТЬ

Мировой опыт показывает, что экономический рост на 2/3 обеспечивается за счет научных знаний. Уходит эпоха крупного стандартизированного производства, в котором доминируют крупные компании, которые ориентированы на объемные капиталовложения и крупномасштабный сбыт. Особенности этого этапа было использование технологий, снижающих затраты. Приходит новая эпоха – эпоха нестандартизированного, наукоемкого производства, в котором не масштабы производства и сбыта, а способность к постоянному обновлению продукции за счет внедрения технологий ориентированных на продукт, (создание и продвижение на рынок

принципиально новых товаров) играет решающую роль в усилении конкурентных позиций науки на мировом рынке.

Активизация инновационной деятельности является фундаментальным условием повышения уровня и качества жизни населения Беларуси. Модернизация производственной базы, информатизация процессов производства и управления, повышение доли услуг и наукоемкого производства в структуре ВВП позволят сформировать новый технологический уклад экономики и повысить на этой основе ее конкурентоспособность. Только таким путем можно обеспечить наращивание экспортного потенциала и устойчивое наращивание ВВП, а

Четырбок Наталья Петровна, ассистент каф. мировой экономики, маркетинга, инвестиций Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.