

числовых характеристик ПС. В номенклатуру оцениваемых показателей качества могут быть включены следующие: объем и полнота проведения испытаний (выражающие, например, правильность вычислений при проверке на эталонных входных и выходных последовательностях, а также правильность вычислений при нагрузочном тестировании с применением случайно сгенерированных входных данных) наличие в реализации умышленных ошибок, качество реализации алгоритмов, не описанных в ТНПА.

## **АКТИВИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ ТРУДА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ**

**Л.В. Трейер, к.э.н., доцент**

*Белорусский государственный аграрный технический университет (г. Минск)*

Рынок труда — один из наиболее сложных элементов рыночной экономики. Переплетение интересов работника и работодателя при найме и увольнении, циклически изменяющееся состояние экономики, уровень инвестиционной и инновационной активности, динамика трудовых доходов населения, сложившиеся традиции и другие факторы оказывают существенное влияние на структуру и содержание рынка труда.

Принципиальной особенностью рынка труда является то, что его составляющими являются непосредственно живые люди, которые не только выступают носителями рабочей силы, но и наделены специфическими особенностями: психофизиологическими, социальными, культурными, религиозными, политическими и др. Эти особенности оказывают существенное влияние на мотивацию и степень трудовой активности людей и отражаются на состоянии рынка труда в целом.

Наличие и взаимодействие элементов рынка труда необходимо для нормального его функционирования, под которым понимается положение, когда созданы все условия для выполнения функций рынка труда. К ним относятся: организация встречи продавцов и покупателей труда; обеспечение конкурентной среды внутри каждой из сторон рыночного взаимодействия; установление равновесных ставок заработной платы; помощь в решении вопросов занятости населения; осуществление социальной поддержки безработных.

Таким образом, рынок труда, подчиняясь в целом законам спроса и предложения, по многим принципам механизма своего функционирования представляет собой специфический рынок, имеющий ряд существенных отличий от товарных рынков. Здесь регуляторами являются факторы не только макро- и микроэкономические, но и социальные и социально-психологические, не всегда имеющие отношение к цене рабочей силы — заработной плате.

Становление рынка труда в Республике Беларусь — длительный, сложный, противоречивый и многоплановый процесс. Суть его — переход к рынку труда с ограниченным спросом на труд. Этот процесс определяется специфическим характером экономики и структурой народного хозяйства. Он сопровождается рядом объективно сложившихся трудностей структурного, экономического, регионально-миграционного, социально-политического и психологического характера.

Главное противоречие развития рынка труда состоит в специфике переходного периода к рыночной экономике. В этих условиях рынок труда породил новую форму производственных отношений — как между государством и субъектами хозяйствования, так и между предприятиями и трудящимися. Эти вновь возникшие отношения породили массу противоречий, которые охватывают все стороны воспроизводства рабочей силы, ее трудового потенциала.

Республиканский рынок труда характеризует ситуацию с занятостью населения Беларуси в целом. Он является объектом детального рассмотрения и анализа в увязке с другими макроэкономическими процессами, происходящими в стране.

Численность занятых в экономике в январе — мае 2009 г. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. увеличилась на 3,9 тыс. чел и составила 4578,9 тыс. при целевом параметре на 2009 г. 4580–4650 тыс. чел. Вместе с тем, несмотря на прием 20,9 тыс. чел. на дополнительно введенные рабочие места, в движении работников наметилась тенденция превышения численности уволенных над численностью принятых (на 19 тыс. чел. в январе-мае 2009 г.)

Удельный вес уволенных работников за прогулы и другие нарушения трудовой дисциплины в общей численности уволенных достиг 7,4% (в аналогичном периоде 2008 г. — 7,0%).

Напряженность на рынке труда в условиях мирового кризиса в целом по Беларуси остается стабильной. Количество вакансий по-прежнему превышает (почти в 1,4 раза) число зарегистрированных безработных. Коэффициент напряженности (численность безработных на 1 свободное рабочее место) в течение второго полугодия 2008 г. стабилизировался на уровне 0,6 (против 0,9 на начало года). Лишь в декабре он увеличился до 0,7 в связи с более интенсивным сокращением вакансий, предлагаемых службой занятости. Вместе с тем в 2008 г. сохранялся значительный территориальный дисбаланс спроса на рабочую силу и предложения рабочих мест.

Если в Минске число вакансий в 4,6 раза больше, чем безработных, в Минской области — в 1,4, Могилевской — в 1,1 раза, то в других регионах страны предложение рабочей силы превышало спрос на нее. В Брестской и Гомельской областях коэффициент напряженности на рынке труда в конце 2008 г. составил 1,1, Витебской — 1,3.

Рынок труда ориентирован на рабочие профессии, которые составляли более 80% от общего количества заявленных нанимателями вакансий.

Увеличение общего уровня занятости населения обусловлено его ростом в городах, а село по-прежнему теряло кадры. В целом за 2001–2008 гг. численность работающих в городах и поселках городского типа увеличилась на 5,8% и составила 3685,4 тыс. чел. В сельской же местности занятость сократилась за этот период на 17,2% и составила 836,6 тыс. чел.

Сельское население оказалось в большей степени вытесненным с рынка труда. Отчасти это связано с реформированием аграрного сектора экономики, сопровождаемым высвобождением рабочей силы из сельского хозяйства. При этом недостаточные темпы развития малых форм хозяйствования и социальной инфраструктуры сдерживали рост новых рабочих мест на селе.

Одним из последствий мирового кризиса стало расширение скрытых форм безработицы при относительно низком ее официальном уровне.

Относительная стабильность численности занятых в экономике сопровождалась ростом масштабов вынужденной неполной занятости. Численность работников организаций, которые работали в режиме вынужденной неполной занятости, увеличилась с 61 тыс. чел в январе-мае 2008 г. до 241 тыс. чел в январе-мае 2009 г. или в 4,0 раза. Численность безработных удерживается в социально допустимых пределах и составляет 0,9% от экономически активного населения на конец июня 2009 г. при прогнозе на 2009 г. 1,1–1,2%.

Таким образом, формирование и регулирование рынка труда — одна из ключевых и наиболее острых проблем рыночной экономики. Поэтому в современных условиях, когда экономический кризис в стране еще более обострил проблемы рынка труда, важной является задача не только обеспечения макроэкономической стабильности в стране, но и стабильности как рынка труда в целом, так и внутреннего рынка труда отдельных предприятий.

Важнейшую роль в формировании и регулировании рынка труда играет маркетинг рынка труда. Особую актуальность это направление приобретает в связи с негативными демографическими тенденциями — уменьшение численности населения и сокращение трудовых ресурсов, дисбаланс спроса и предложения рабочей силы на рынке труда по территориальному и профессионально-квалификационному признаку, повышение территориальной мобильности рабочей силы; обеспечение занятости отдельных категорий граждан, не способных на равных условиях конкурировать на рынке труда (молодежь, инвалиды, лица из МЛС).

Комплексное маркетинговое исследование проблем рынка труда предполагает анализ тенденций и процессов его развития, включая изменения экономических, научно-технических, демографических, социальных, экологических, законодательных и других факторов. Постоянного исследования требуют также структура и география рынка, его емкости, динамики занятости населения, барьеров рынка рабочей силы, состояния конкуренции, сложившейся конъюнктуры и рисков. Из перечисленных важнейших направлений, заслуживает в первую очередь более внимательного изучения сегментация рынка труда. Именно качество сегментирования и определяет результативность маркетинговых исследований как рынка труда страны в целом, так и отдельных ее регионов. Сегментация позволяет конкретно оценивать состояние рынка труда по каждой категории работников с точки зрения занятости и безработицы, а также и конкуренции между наемными работниками. Сегментации рынка труда, проводимой в настоящее время в основном по таким сегментообразующим факторам как: территориально-географический; социально-демографический, социально-экономический, хозяйственно-отраслевой, профессионально-квалификационный, явно недостаточно. Ее ис-

следования должны быть значительно расширены. Так, заслуживают внимания и более глубокого исследования мотивационно-поведенческие факторы: рынки труда с низкой мотивацией; с высокой мотивацией; с материальным стимулированием; с моральным стимулированием и т.д. Требуют более глубокого и детального анализа и такие критерии сегментации, как например, рынок преимущественно физического труда (рабочие); рынок преимущественно умственного труда (служащие); рынок преимущественно творческого труда (научная и художественная интеллигенция); рынок труда менеджеров и специалистов (техническая интеллигенция, директорский корпус, предприниматели); рынок крестьянского труда.

Важным является активизация маркетинговой деятельности и на внутреннем рынке труда предприятий. В системе управления современных крупных, средних и малых предприятий и соответственно, крупного, среднего и малого бизнеса маркетинговая деятельность на рынке труда — достаточно новое явление и направление. Маркетинговые службы предприятий до сих пор недостаточно уделяют внимания маркетингу персонала и рынку труда в целом. Их в большей степени интересуют проблемы рынка товаров и услуг, рынка средств производства и ресурсов, рынка капиталов и ценных бумаг и т.д. А проблемы рынка труда и занятости персонала как бы отошли на второй план.

Для предприятий маркетинг персонала должен включать в себя решение следующих задач: формирование портфеля заказов на подготовку конкурентоспособных специалистов; контакты с внешним рынком рабочей силы, посредниками на рынке труда; участие в обновлении базы данных информационной сети региона, т.е. помимо регулирования внутрифирменных отношений, связь с региональным и республиканским рынком труда. Необходимо также больше внимания уделять рекламе персонала. Реклама персонала должна быть содержательной, предметной, с точной целевой установкой, интересной для того, чтобы реагировали прежде всего лица необходимой целевой группы.

Таким образом, основными направлениями повышения результативности маркетинговой деятельности на рынке труда страны являются:

- разработка единой методики сегментирования рынка труда, с последующей разработкой для каждого из целевых сегментов комплекса мероприятий, способствующих повышению уровня занятости граждан из сегментов (групп), а, следовательно, и уровня занятости населения региона в целом;
- создание четкого механизма взаимодействия государственной службы занятости на местах со службами управления персоналом различных организаций по вопросам, представляющим взаимный интерес;
- активизация политики государства по стимулированию роста занятости;
- создание в стране специализированного Научно-исследовательского маркетингового центра по проблемам рынка труда.

Исходя из вышеизложенного, очевидно, что повышение эффективности маркетинговой деятельности на рынке труда, позволит точнее прогнозировать ситуацию и выработку системы мероприятий, смягчающих негативные последствия ее неблагоприятного развития.

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ**

**А.А. Трусъ, к.п.н., доцент**

*Белорусский государственный педагогический университет им. Максима Танка (г. Минск)*

Бизнес-обучение является довольно затратной статьей в бюджете предприятия. Поэтому понятен и объясним интерес заказчика, в качестве которого, как правило, выступает первое лицо компании, к анализу эффективности проводимых занятий. И вопрос здесь не только в том, что некоторые тренинги порой подменяют собой развлекательные корпоративные мероприятия, когда участники после их проведения, отдохнувшие и полные восторженных эмоций от яркого насыщенного процесса, возвращаются на свои рабочие места со скудным багажом новых знаний и навыков.

К сожалению, результатом проведенной корпоративной программы могут стать негативные процессы и явления как на индивидуальном (в конкретном участнике, в его поведении, в установках и т.п.), так и на групповом (в структурном подразделении, проектной команде, в целом в организации) уровнях. Нам известны случаи, когда после корпоративного тренинга неко-