

**И. И. Гавриловец**

Научный руководитель

**А. Я. Якимик**

Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь

## **РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА РЫНКА ТРУДА**

Развитие науки и техники, появление новых технологий привели к коренному изменению роли человека во всех отраслях деятельности народного хозяйства. Это объясняется тем, что в производстве товаров, особенно высокотехнологичных, быстро стала возрастать роль знаний, интеллектуального уровня персонала. Это обуславливает необходимость пристального внимания управленцев к качеству кадрового потенциала организации и объясняет существенный рост требований со стороны инновационно-ориентированных предприятий к специалистам, владеющим методами, средствами и формами управления инновационными процессами.

Учитывая современные требования к специалистам, очень важным является значение маркетинга рынка труда как неотъемлемого и обязательного элемента управления человеческими ресурсами. В данном случае маркетинг выступает в роли механизма, который взаимосвязывает в логичную последовательную систему такие составляющие, как рынок труда (микро- и макроуровень), рынок образовательных услуг и систему управления кадровым потенциалом инновационной деятельности предприятия.

Маркетинг рынка труда, или маркетинг персонала, – относительно новое понятие в мировой практике управления человеческими ресурсами – нашел свое применение в начале 90-х гг. прошлого столетия. В отечественной практике управления персоналом эта разновидность маркетинга до настоящего момента не получила должного распространения. Лишь немногие отечественные предприятия включают маркетинг персонала в состав задач, решаемых службами по работе с кадрами.

Значение маркетинга на рынке труда заключается в следующем:

- люди так или иначе связаны с рынком труда, а маркетинг позволяет им стать более информированными, избирательными и результативными в трудовых отношениях;
- маркетинг способствует улучшению регулирования процессов формирования и распределения (перераспределения) трудовых ресурсов;
- маркетинг может значительно повлиять на воззрения людей и их образ жизни.

Роль маркетинга в системе управления рынком труда на различных уровнях определяется целями и задачами экономических субъектов рынка:

- *на общегосударственном уровне* роль маркетинга заключается в ранней диагностике предотвращения будущих структурных дисбалансов в сфере занятости;
- *на региональном уровне* роль маркетинга состоит в поддержании соответствия спроса и предложения рабочей силы в конкретных условиях территории;
- *на микроуровне (уровень предприятия)* маркетинг осуществляется отделом кадров;
- *на персональном уровне* маркетинг осуществляется самими работниками с помощью или без помощи тех или иных инфраструктурных организаций – в данном случае речь идет о проведении самостоятельных исследований спроса на рынке, повышении качества своей рабочей силы, выработке умения себя преподнести (самопрезентация, самомаркетинг).

Таким образом, маркетинг содействует улучшению качества жизни, так как все перечисленные выше моменты в совокупности создают работнику, фирме и обществу условия для эффективного использования рабочей силы, а следовательно, для удовлетворения потребности всех субъектов трудовых отношений.