

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Е.Э. Головчанская

*ГОУВПО «Волгоградский государственный педагогический университет»
г. Волгоград, Россия*

В современных условиях необходимо наиболее детально рассматривать изменения, происходящие на рынке труда, поскольку их динамика зависит не только от факторов, складывающихся во внешней среде, но и внутри предприятий, предъявляющих спрос на труд.

По мнению экспертов, при изучении рынка труда спрос на труд обычно рассматривается в разрезе четырех основных уровней: отдельного предприятия (организации); отрасли; региона; экономики в целом¹. К анализу спроса на уровне отдельного предприятия можно подходить с точки зрения профессии, должности, востребованных на данном предприятии, т.е. профессионального рынка труда, под которым можно понимать совокупность работодателей, предъявляющих спрос на конкретные профессии и специальности, а также работников, являющихся обладателями определенных профессиональных навыков.

При рассмотрении профессионального рынка целесообразно уделить внимание понятию «персонал», и его структуре. Большинство исследователей рассматривают персонал как совокупность штатных и наемных работников предприятия, осуществляющих свою деятельность в определенный период времени. Одним из признаков персонала является наличие у работников определенных качественных характеристик (профессия, специальность, квалификация и др.), что и обуславливает структуризацию персонала по таким категориям как: руководители, специалисты, служащие и рабочие.

В соответствии с традиционным подходом в области управления персоналом, руководителей предприятия условно подразделяют на три уровня: к высшему и среднему уровню относят всех руководителей - директоров организаций и других линейных руководителей - начальников цехов и иных структурных подразделений, а также функциональных отделов. К руководителям низшего уровня относятся непосредственные организаторы конкретной деятельности, обеспечивая тем самым соответствие предприятия условиям внешней среды. Спрос на руководителей различного уровня управления формируется в соответствии с потребностями предприятия и зависит не только от компетентности работника, но и от его возраста и пола. При изучении возрастных характеристик рекомендуются следующие группировки: 16,

¹ http://www.brand-up.ru/segmentation/main_models_of_segmentation

17, 18, 19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 55-59, 60-64, 65 лет и старше¹.

Рассмотреть формирование спроса предприятия на руководителей в зависимости от востребованного уровня управления и их половозрастных характеристик позволяет маркетинговый подход, в рамках которого возможно применение сегментации, предполагающей наличие взаимосвязи между тремя критериями: уровень управления, пол, возраст (условно принимаются три возрастные группировки: 25-29,30-34, 35-39)² (см. рис. 1).

Данная сегментация графически отражает альтернативные варианты поведения на рынке труд и позволяет определить сегмент, на который могут выйти потенциальные работники, и уровень востребованности, который определяют работодатели.

Однако, современные подходы к системе управления персоналом отражают более детально структуру персонала, что предполагает следующие категории работников³:

1. top management - высшее звено управления (президент, генеральный директор, другие члены правления);
2. middle management - среднее звено управления (руководители подразделений и самостоятельных отделов);
3. lower management - низшие звенья управления (руководители подразделов, групп, цеховых бюро, мастера);
4. инженерно-технический персонал и конторские служащие («белые воротнички» вместе с управленцами);
5. рабочие, занятые физическим трудом («синие воротнички»);
6. работники социальной инфраструктуры («серые воротнички»).

² Котлер, Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер [и др.]. - М.; СПб.; К.; Изд-й дом «Вильямс»; 2002, С.78
Экономика и социология труда:Учебник/ Под ред. д.э.н., проф. А.Я. Кибанова.-М.: ИНФРА-М, 2007, С.51

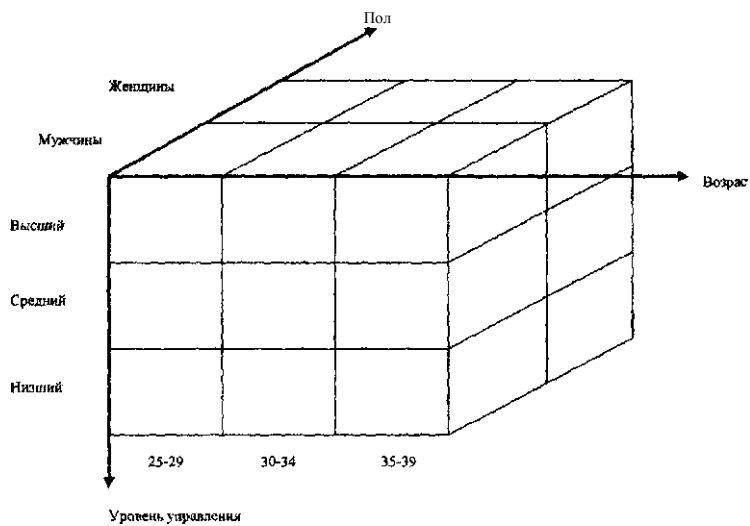


Рисунок 1 - Сегментация рынка руководителей по уровням управления и половозрастным характеристикам

Таким образом, применяя современные подходы к структуре

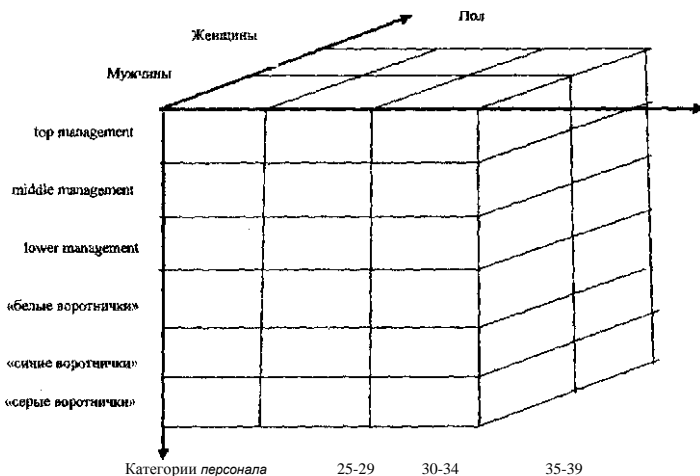


Рис. 2. Сегментация рынка персонала по категориям персонала и половозрастным характеристикам

персонала можно рассмотреть сегментацию профессионального рынка труда на следующей схеме (рис. 2).

Данная структура персонала позволяет сегментировать работников профессионального рынка на следующие сегменты: рынок труда руководителей различных уровней управления; рынок труда специалистов; рынок труда служащих; рынок труда рабочих профессий; рынок труда малоквалифицированных работников и сферы услуг; рынок труда работников социальной сферы, что в определенных условиях предполагает проведение предварительной сегментации.

Можно отметить, что состояние профессионального рынка труда целесообразно оценивать путем применения сегментации по каждой категории работников с точки зрения конкуренции между наемными работниками и между работодателями.

Литература.

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер [и др.]. - М.; СПб.; К.; Изд-й дом «Вильямс», 2002.
2. Томилов, В.В., Семеркова, Л.Н. Маркетинг рабочей силы / <http://www.marketing.spb.ru/read/m6/31.htm>
3. Экономика и социология труда: Учебник / Под ред. д.э.н., проф. А.Я. Кибанова.-М.: ИНФРА-М, 2007, 584 с.
4. http://www.brand-up.ru/3segmentation/main_models_of_segmentation
5. Рынок труда: Учебник / Под ред. проф. В.С. Буланова и проф. Н.А. Волгина.-2- е изд., перераб. и доп.-М.: Издательство «Экзамен», 2003, 480 с.