

## САМОМАРКЕТИНГ – ЧИННИК УСПІШНОГО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ

© Г.М. Захарчин, С.О. Гладун, 2012

Умови ринкової економіки сьогодення диктують нові підходи до всіх сфер людського життя. Сучасний ринок праці ставить жорсткі вимоги до випускників вищих навчальних закладів з огляду на інноваційний курс національної економіки та підвищення вимог до фахового рівня й професіоналізму випускників вишів.

Перехід від планової економіки і планового розподілу студентів на робочі місця до ринкових методів вимагає руйнації стереотипів та інноваційного підходу до пошуку місця праці. Оскільки ринок праці діє за законами попиту і пропозиції, а компетенції людини та її професійно-кваліфікаційні характеристики мають свою вартість, то потрібно вміти їх ефективно використовувати через механізм само маркетингу.

Щороку залишаються незаповнені вакансії (є попит і є пропозиція), що свідчить про невідповідність якості освіти вимогам працедавців, можна говорити про відсутність досвіду і практичних навичок зі спеціальності – хоч і ці всі фактори мають місце, а можна наголошувати на тому, що робоче місце отримує той випускник, котрий не тільки відмінно володіє теоретичними знаннями, а й є конкурентоспроможним і вміє вдало запропонувати свої компетенції та свій інтелектуальний рівень ринку праці.

За оцінками Міністерства соціальної політики України навіть здобута вища освіта не рятує кожную п'яту молоду людину у віці 15-24 роки від безробіття. Тому навчаючись і здобуваючи знання, молодий фахівець повинен паралельно навчитись техніці само маркетингу.

Як категорія само маркетинг є організацією самореклами та вигідного представлення себе, своїх можливостей і навичок на ринку праці з метою викликати інтерес потенційного працедавця. Поширеним є трактування само маркетингу як одного із шляхів підвищення конкурентоспроможності, успішності фахівця, що дає змогу прискорити просування по службі або перейти на нове місце праці. У поняття само маркетингу входить не тільки успішна самореклама з метою працевлаштування або ж просування службовими сходами, це ще й спосіб періодично підвищувати власну “ринкову ціну” і рівень своєї професійно-суспільної актуалізації.

Більшість молодих людей думає, що місце праці за них повинні знайти родичі, знайомі, державні служби зайнятості, або ж кадрові агенції і запропонувати їм роботу. Звичайно, в цих інстанціях можна отримати пораду та інформацію, а іноді і реальну роботу. Але що ж робити, коли ту роботу, яка потрібна, вони не допоможуть знайти? Молодій людині прийдеється самій вирішувати, яка робота їй потрібна, як її шукати, на які умови погоджуватись, і як шукати потенційних працедавців. Співбесіда також передбачає безпосередню участь конкретної особи. У випадку успішного працевлаштування потрібно буде постійно підтверджувати свій професійно-кваліфікаційний рівень та здатність бути конкурентоспроможним на ринку праці.

Отже, для того щоб правильно зрозуміти функції само маркетингу проведемо аналогію із функціями маркетингу, використовуючи такі умови:

– на ринку товарів спочатку потрібно визначити, який товар потребує потенційний покупець і де цей покупець знаходиться. На ринку праці асоціація така – якщо ви хочете отримати добре оплачувану роботу, то відповідно повинні запропонувати на ринку праці платоспроможним працедавцям саме той товар, який вони потребують;

– на ринку товарів, якщо ви маєте у своєму розпорядженні ходовий і цінний товар, ви не зможете вдало його продати, якщо не організуєте його рекламу і збут. У випадку само маркетингу свого кваліфікаційно-професійного рівня, потрібно вміти правильно запропонувати свої компе-

тенції та вміння потенційним працедавцям, щоб вас захотіли прийняти на роботу і запропонували достойні умови праці та зарплатню;

– на ринку товарів, купуючи товар, покупець не повинен розчаруватись у придбаному товарі. Аналогічно, на ринку праці необхідно прагнути до постійного кар'єрного зростання і саморозвитку.

Самомаркетинг охоплює низку понять, які потрібно використовувати і застосовувати для досягнення цілей само маркетингу, відображених на рис.1:

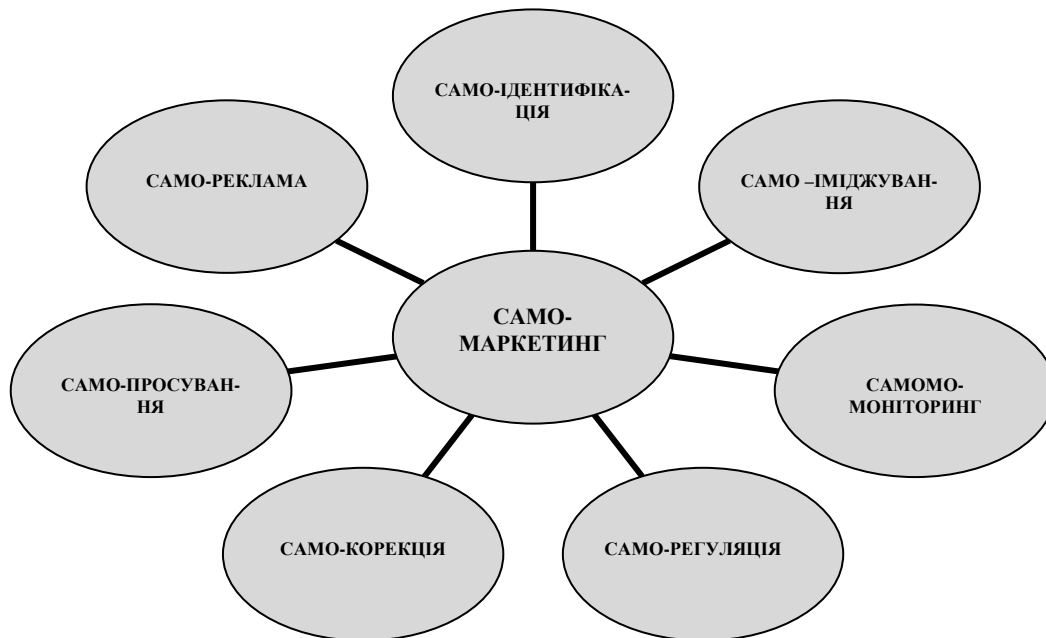


Рис. 1. Складові самомаркетингу

Самомаркетинг є процесом, що складається з двох частин:

1. Зосередження уваги на собі, своїх знаннях, уміннях, навичках, особистісних якостях;
2. Вивчення та аналіз діяльності та вимог працедавця, якому ви хочете сподобатися.

Застосовувати самомаркетингові підходи потрібно як під час пошуку першого робочого місця, так і для планування трудової кар'єри або ж для зміни роботи на кращу.

Важливе місце в самомаркетингу посідає програма створення і розвитку себе як професіонала – “self-branding”. Фахівець повинен складати і оновлювати таку програму кожні 5-7 років. Ця програма повинна передбачати конкретні дії з удосконалення професіоналізму, здобуття нових навичок, отримання післядипломної освіти, а також відображати методи і терміни виконання цих дій.

Таким чином, молоді фахівці, які зрозуміють і приймуть твердження про те, що людський ресурс повинен бути представленим на ринку праці, а також освоють прийоми само маркетингу і зуміють цілеспрямовано працювати над своїм іміджем, застосовувати стратегії само маркетингу під час пошуку робочого місця, мають всі шанси стати конкурентоспроможними на ринку праці молодих фахівців та досягти успіху у трудовій кар'єрі.