

зателей, которые определяют степень влияния бренда: доверие, вовлечение, лидерство, гражданская сознательность, присутствие [1].

Бренды помогают решать определенный ряд социально-экономических задач: дифференциация продукта из ряда товаров-субститутов; идентификация; укрепление доверия, формирование лояльности; формирование группы «приверженцев бренда»; положительный отклик в виде проявления интереса к бренду.

Таким образом, на сегодняшний день бренды, с одной стороны, диктуют образ жизни и стиль поведения потребителей, влияют на их культуру и систему ценностей, а с другой стороны, формируют определенные группы целевой аудитории по многочисленным объединяющим признакам.

Литература

1. *Spalding, D.* How to be brands and influence people [Электронный ресурс] / D. Spalding. — Режим доступа: <http://www.thedrum.com/opinion/2013/05/03/how-be-brands-and-influence-people>. — Дата доступа: 16.02.2017.

2. *Дмитриева, Л. М.* Бренд как социокультурная система / Л. М. Дмитриева, С. А. Шушарин // Омск. науч. вестн. — 2014. — № 1 (125). — С. 77–81.

М. Н. Татарина
БГЭУ

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ АДАПТАЦИИ МОЛОДЕЖИ К РЫНКУ ТРУДА

Экономическое развитие страны, а именно его динамика и характер, всегда будут находиться под пристальным вниманием, ведь процессы и структурные изменения, происходящие в национальной экономике, непосредственно влияют на перспективы развития нашей страны. На сегодняшний день носителем потенциала развития является молодежь. Уровень успешности трудоустройства молодого человека является одним из важнейших критериев эффективности функционирования и системы образования, и рынка труда, и экономики в целом.

Трудовая адаптация выступает в качестве процесса приспособления к сложившейся ситуации на рынке труда, характеру труда на новом рабочем месте, отношениям в новом трудовом коллективе и т.д.

Практика показывает, что даже в рамках стабильной экономической ситуации и доступной информации о рынке труда большое количество молодых людей оказывается в той или иной степени не подготовленными к переходу от учебы к трудовой деятельности. Обостряется проблема поиска первого рабочего места, если имеют место высокая социально-экономическая неопределенность и риски, которые возникли в течение экономических спадов и кризисов. Успешнее данный процесс проходит у тех, кому удалось сформировать профессиональные, экономические, а также предпринимательские компетенции, в соответствии с запросами современного рынка труда.

Существует различие между процессом адаптации и результатом адаптации. Адаптацию к рынку труда (как процесс) можно охарактеризовать как активное приспособление индивида к рынку труда. Адаптацию к рынку труда (как результат) — как успешное прохождение процесса приспособления к условиям рынка труда, выражающееся в успешном трудоустройстве, установлении доброжелательных отношений с членами рабочего коллектива, полной удовлетворенности условиями труда. Во время освоения специальности можно не только получить теоретические и практические навыки по профессии, но и подготовиться к выходу на рынок труда. В этом случае стоит говорить об адаптации к рынку труда как о процессе и в качестве примера привести стажировку. Стажировка — временная работа с полной или частичной занятостью, целью которой является обучение практическим навыкам и технологиям. У каждого стажера появляется возможность для приобретения ряда важных профессиональных навыков, умения работать в трудовом коллективе, навыков делового общения и организации своего времени.

Подобные попытки выйти на рынок труда способствуют формированию и экономических компетенций, которые представляют собой набор теоретических знаний и практических навыков, нужных для включения в экономическую систему. Для успешного трудоустройства по полученной специальности необходимо больше, чем просто диплом.

Таким образом, адаптация к рынку труда как результат, представляющая собой успешное прохождение процесса приспособления к условиям рынка труда, напрямую зависит от формирования у индивида экономических и профессиональных компетенций.

А. В. Федыкина
БГЭУ

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА СОВРЕМЕННЫХ ВЫПУСКНИКОВ В БЕЛАРУСИ

Молодежь является особой социально-демографической группой, стоящей на пороге жизненного пути и делающей ряд выборов, в том числе и выбор формы и сферы занятости. Являясь потенциально активной частью населения Беларуси, молодежь играет особую роль на рынке труда. Поиск, анализ и решение проблем активного включения молодежи в трудовые отношения являются залогом социально-экономической стабильности в будущем, приумножения интеллектуального потенциала нации. Молодежный рынок труда имеет ряд недостатков, к которым можно отнести следующие: невысокая конкурентоспособность молодежи по сравнению с другими социально-возрастными группами; несоответствие спроса на определенные профессии и предложения со стороны молодых специалистов, которые стремятся получить наиболее популярные профессии; высокая конкуренция на рынке труда; разрозненность требований работодателя к молодым специалистам с государственными образовательными стандартами, предусмотренными для каждой конкретной специ-