

Решение основных теоретико-методологических и процедурно-методических вопросов, связанных с изучением мотивационной сферы личности, заключено в плоскости организации мониторинга социально-трудовой сферы предприятия.

Мониторинг мотивационного климата предприятия как метод научно-практической познавательной и управленческой деятельности в социальных системах представляет собой систему непрерывного наблюдения и научного анализа эмпирических данных, характеризующих изменение параметров развития наиболее актуальных социально-трудовых процессов и явлений. В отличие от разового исследования результаты мониторинга позволяют комплексно и глубоко, в сравнении и динамике анализировать социально-психологические ситуации и процессы, отслеживать направления и тенденции, давать прогнозы и сценарии их развития.

Цель мониторинга мотивационного климата предприятия состоит в разработке и обосновании коррекционно-упреждающих мероприятий по ликвидации негативных и культивированию позитивных тенденций развития предприятия как социально-экономической системы. В качестве индикаторов состояния мотивационного климата предприятия предлагается использовать совокупность ограниченных по количеству, но в своей сущности информационно-интегративных параметров, в требуемом объеме отражающих состояние и тенденции системных зависимостей:

1. Базовая привлекательность характеризует отношение объекта управления к выполняемой работе и гигиеническим (по Герцбергу) условиям ее осуществления.
2. Партиципативная привлекательность охватывает отношения объекта управления к способу вовлечения его в жизнедеятельность организации и описывает состояние заинтересованности работника в успехах предприятия.
3. Креативная привлекательность отражает отношение к условиям и факторам творческой реализации личности и конкретизирует состояние творческой мобильности персонала.
4. Преобразовательная привлекательность характеризует отношение к инициативно-преобразовательной свободе личности в организации.

Данные параметры являются индикаторами стабильности, уравновешенности социально-экономической системы. Они выступают формой диалектической двусторонности труда, являясь субъективным отражением объективной сущности исследуемых отношений.

Бондарь А.В.
БГЭУ (Минск)

ПРОДВИЖЕНИЕ БЕЛОРУССКОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТРУДА

В современных условиях продажа такого товара как рабочая сила не будет успешной вне учёта требований концепции социально-этического маркетинга предполагающей, что задачей продавцов рабочей силы является определение потребностей и интересов целевых рынков и обес-

печение желаемой удовлетворенности покупателей более эффективными и более продуктивными способами с одновременным укреплением благополучия потребителя и общества.

Исходя из концепции социально-этического маркетинга для успешного продвижения белорусской рабочей силы на международный рынок труда представляется оправданным осуществить его сегментацию, проанализировать потребности покупателей рабочей силы на этих сегментах и определить возможные конкурентные преимущества данного товара.

Для выработки маркетинговой стратегии на мировом рынке труда (МРТ) необходим анализ конкурентных преимуществ белорусской рабочей силы на различных его сегментах.

На западноевропейском сегменте МРТ перспективы имеют работники с уникальными способностями и работники способные выполнять тяжелую, низкоквалифицированную работу, на которую, могут соглашаться и специалисты довольно высокой квалификацией.

На ближневосточном сегменте МРТ возможности в реализации конкурентных преимуществ имеют квалифицированные работники так называемого «срединного слоя» совокупной рабочей силы. Модель их конкурентных преимуществ может базироваться на таких факторах неценовой конкуренции, как высокий квалификационно-образовательный уровень, трудолюбие и дисциплинированность, социально-бытовая непритязательность и др. Имеются возможности и ценовой конкуренции.

На латиноамериканском сегменте МРТ имеется возможность реализовать неценовые конкурентные преимущества ограниченной части среднего слоя совокупной рабочей силы, связанного с нефтедобычей и нефтепереработкой.

Перспективы движения белорусских трудовых мигрантов на азиатско-тихоокеанский и африканский сегменты МРТ можно связать с ЮАР. В целом же данные сегменты МРТ, в ближайшее время, не окажут существенного влияния на трудовые миграционные потоки из Республики Беларусь.

Особое внимание следует уделить российскому сегменту МРТ. На нём наблюдается потребность в белорусских строителях, нефтяниках, транспортниках и др. В целом можно сказать, что конкурентными преимуществами на данном сегменте МРТ обладают квалифицированные и высококвалифицированные рабочие. На российский сегмент МРТ требуются работники с уникальными способностями в области высоких технологий и научных знаний, но по ним Россия не обеспечивает платежеспособного спроса.

Бондарь Т.Е., Леутина Л.И.
БГЭУ (Минск)

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Финансовый менеджмент – это комплекс мероприятий, предпринимаемых финансовой службой любого субъекта хозяйствования, по управлению его денежными потоками с целью их