

image not found or type unknown



Маркетинговые исследования представляют собой сбор, обработку и анализ данных с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Исследование рынка является самым распространенным направлением в маркетинговых исследованиях. Оно проводится с целью получения данных о рыночных условиях для определения деятельности субъектов рынка рабочей силы.

Объектами рыночного исследования являются тенденции и процессы развития рынка рабочей силы, включая анализ изменения экономических, научно-технических, демографических, социальных, экологических, законодательных и других факторов. Исследуются также структура и география рынка, его емкость, динамика занятости населения, барьеры рынка рабочей силы, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски. Основными результатами исследования рынка являются прогнозы его развития, оценка конъюнктурных тенденций. Осуществляется сегментация рынков, т.е. выбор целевых рынков и рыночных ниш.

Исследование потребителей рабочей силы позволяли определить и исследовать весь комплекс факторов, которыми руководствуются работодатели при выборе рабочей силы. В качестве объектов исследования выступают потребители - организации (предприятия, фирмы), индивидуальные наниматели рабочей силы. Предметом исследования является мотивация поведения нанимателя на рынке рабочей силы и определяющие ее факторы. Изучается структура производства, обеспеченность рабочей силой, тенденциями спроса на нее.

В связи с тем, что рынок труда — это особый рынок, где не только удовлетворяется потребность в рабочей силе, но и сам работник подыскивает себе удовлетворяющее его рабочее место, то предметом исследования должна стать мотивация потребительского поведения на рынке самой рабочей силы. Исследуются структура существующих рабочих мест, их качественные характеристики, тенденции в занятости этих мест.

Разработками здесь являются типология потребителей рабочей силы и рабочих мест, моделирование их поведения на рынке труда, прогноз ожидаемого спроса.

Цель такого исследования - сегментация потребителей, выбор целевых сегментов рынка.

Основная задача исследования конкурентов заключается в том, чтобы получить необходимые данные для обеспечения конкурентного преимущества на рынке. С этой целью анализируются сильные и слабые стороны конкурентов, изучаются занимаемая ими доля рынка, реакция потребителей на маркетинговые средства конкурентов. Результатом таких исследований становятся выбор путей и возможностей достижения наиболее выгодного положения на рынке труда относительно конкурентов.

Изучение структуры рынка проводится с целью получения сведений о возможных посредниках, с помощью которых можно подобрать необходимую рабочую силу или найти место работы.

Главной целевой установкой исследования товара «рабочая сила» является определение соответствия характеристик работников, обращающихся на рынках рабочей силы, запросам и требованиям работодателей, а также анализ их конкурентоспособности. Исследование товара "рабочая сила" позволяет получить сведения относительно того, что хочет иметь потребитель - работодатель, какие качественные характеристики работника он более всего ценит. Результаты исследования дают возможность: предприятиям разрабатывать программы подбора и развития персонала; учебным учреждениям формировать соответствующие тенденциям развития рынка рабочей силы учебные программы.

Методические основы маркетинга складываются из общенаучных, аналитико-прогностических методов, также методических приемов, заимствованных из разных областей знаний.

Системный анализ находит широкое применение в маркетинговых исследованиях, поскольку позволяет рассматривать любую рыночную ситуацию как некий объект для изучения с большим диапазоном внутренних и внешних причинно-следственных связей.

Комплексный подход позволяет исследовать рыночную ситуацию, рассматривая ее как объект, имеющий развитые стороны своего проявления.

Методика факторного анализа

Данный метод предусматривает выполнение ряда последовательных операций:

1. Выделение факторов, по которым будет проводиться анализ.
2. Систематизация собранной информативной базы данных в соответствии с принятой классификацией факторов.
3. Проведение предварительного качественного анализа факторов с целью выделения наиболее значимых факторов и оценки достаточности, собранной по ним информации.
4. Принятие решения о дополнительном сборе информации или проведении социологических исследований, которые могут предоставить недостающую для анализа информацию.
5. Обобщение информации по каждому фактору и группировка ее в виде аналитических таблиц.
6. Построение на основе аналитических таблиц динамических рядов по каждому фактору и проведение количественных расчетов по имеющимся показателям.
7. Описание установленных соотношений, пропорций, выявление основных закономерностей.
8. Выявление доминирующих тенденций развития рынка труда, действие которых имеет решающее значение в настоящее время и влияние которых будет иметь подобное или еще более возрастающее действие в перспективе.

Действие факторов далеко не однозначно. Ряд факторов влияет как на изменение спроса, так и на изменение предложения. Влияние некоторых из них вообще может проявиться под действием дополнительных причин как противоположные тенденции и т.д. Поэтому при проведении рыночных исследований на основе факторного анализа можно рекомендовать использование дополнительных классификационных признаков:

- 1. учитывать, усиливает или ослабевает спрос и предложение рабочей силы действие данного фактора;
- 2. в какой временной протяженности действует фактор (краткосрочный или долгосрочный);
- 3. оценивать особенности его проявления в современных условиях и др.

Анализ динамики факторов за ряд лет или нескольких моделей за определенный промежуток времени позволяет установить основные закономерности, присущие анализируемому рынку обосновать тенденции его развития и разработать прогноз на будущий период. При этом важно выделить те факторы, влияние которых будет доминирующим для данного рынка труда. От мер воздействия на последние в решающей степени зависит эффективность управления рынком труда.

На основе полученных результатов анализа целесообразно установить цели политики содействия занятости населения на ближайшее будущее, провести ранжирование приоритетов в осуществлении мер по содействию занятости населения и социальной защите на рынке труда.