

Владимир Токарев



МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ НА РЫНКЕ ВАКАНСИЙ

Бизнес-школа «Практика 2.0»

Владимир Токарев
Маркетинг и менеджмент
на рынке вакансий. Бизнес-
школа «Практика 2.0»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48508017
ISBN 9785005070296

Аннотация

Приглашение на обучение по новой уникальной специальности Бизнес-школы «Практика 2.0» – «Маркетинг и менеджмент на рынке вакансий и участие в проектах краудфандинга по изданию серии книг для этой специальности». В книге подробно описаны программы проекта «Микро MBA» по шести специализациям:– Стратегический менеджмент;– Маркетинг;– Персональный менеджмент;– Личные продажи;– Менеджмент эмоций;– Стратегия карьеры.

Содержание

Аннотация	6
Краткое содержание	7
Вместо введения – вторая ошибка Маркса	8
Что является товаром: рабочая сила или вакансия?	13
Конец ознакомительного фрагмента.	16

**Маркетинг и менеджмент
на рынке вакансий
Бизнес-школа
«Практика 2.0»**

Владимир Токарев

© Владимир Токарев, 2019

ISBN 978-5-0050-7029-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вы хотите повысить конкурентоспособность вашего бизнеса за счет изменения практики управления? Тогда для вас серия из 9 книг – «Русский менеджмент».



Рис. 1. Серия из 9 книг.

Лучший (с точки зрения экономической выгоды) вариант приобретения книг по управлению и любым другим темам – приобретать их в магазине издательства Ридеро.

Аннотация

Задача серии книг «Русское экономическое чудо» – способствовать развитию научного менеджмента в нашей стране, помочь начинающим и опытным предпринимателям вырваться вперед. Основная аудитория, на которую рассчитан выпуск, – это директора и предприниматели. Но он будет полезен и акционеру, и преподавателю, и студенту, и специалисту, и даже руководителю региона.

Цель сборника – пригласить читателей принять участие в наших проектах.

В данном случае – в обучении по новой уникальной специальности Бизнес-школы «Практика 2.0» **Маркетинг и менеджмент на рынке вакансий** и проектах краудфандинга по изданию серии книг для этой специальности.

В рамках этой специальности предлагается 6 специализаций, в зависимости от выбора слушателем темы выпускной работы

Краткое содержание

Приглашение в будущее

Бизнес-школа «Практика 2.0»

Маркетинг и менеджмент на рынке вакансий

1. Стратегическое управление персоналом

Разработка стратегии для победы в войне на рынке вакансий

2. Маркетинг на рынке вакансий

Семинар

3. Личные продажи на рынке вакансий

Тренинги по классическим и продвинутым техникам продаж

4. Практикум по новому тайм-менеджменту (ТМ)

Три менеджмента в одном флаконе

5. Практикум по менеджменту эмоций

Вместо введения – вторая ошибка Маркса Рынок продавца и рынок покупателя на рынке вакансий

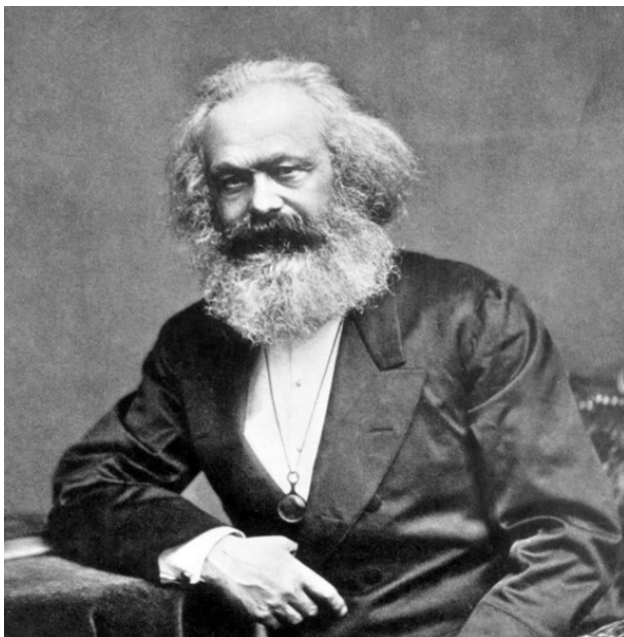


Рис. 2. Карл Маркс.

Перед нами – безумная теория. Вопрос в том,

достаточно ли она безумна, чтобы быть правильной.

Нильс Бор

Очевидно, что персонал (специалисты и руководители компании) – это нечто большее, чем просто один из необходимых ресурсов для бизнеса. Вопрос – насколько больше?

Один из вариантов ответа на этот вопрос дают Майклз, Хэндфилд-Джонс и Экселрод – авторы книги «Война за таланты». Если менеджмент фирмы сможет привлечь и удержать таланты – все остальное (доходность, прибыльность и др.) – будут результатом такой работы.

Есть еще одна версия – талантами являются все, задача менеджмента – научиться раскрывать этот талант.

[В публикации о стратегическом управлении персоналом](#) я дал свой вариант ответа на этот вопрос – фирма должна иметь две самостоятельные корпоративные стратегии: первая – в отношении обычного рынка, где продаются производимые компанией продукты, вторая – в отношении рынка вакансий. При этом под вакансией я понимаю не только свободное, но и занятое работником место. При этом все вакансии продаются каждый день – если работник принес заявление об уходе по собственному желанию, значит, фирма в этот день не продала эту вакансию, ее продал более успешный конкурент, куда уходит этот работник.

Но после разработки стратегии в отношении персонала требуется повседневная работа в рамках новой концепции управления персоналом. Как она должна быть построена?

В качестве подсказки у меня была идея Питера Друкера для XXI века (то есть для нас с вами сегодня): «Все чаще «служащими» следует управлять как «партнерами», а партнерство уже исключает «управление», поскольку предполагает равенство участников. Партнеры не могут приказывать друг другу. Они могут только убеждать друг друга. Следовательно, можно сказать, что менеджмент все больше становится похожим на «маркетинговую деятельность». А в маркетинге никто не начинает с вопроса «Чего мы хотим?» Все начинается с вопросов: «Чего хочет другая сторона?»

Этим летом я отдыхал у воды, в месте отдыха была библиотека, которая формировалась книгами, что оставляли после себя сами отдыхающие. Прочитав «Колеса» Артура Хейли, которую я пропустил в молодости, я увидел «Основы маркетинга» Ф. Котлера, которую активно использовал, когда проводил занятия со студентами по маркетингу.

Не мудрствуя лукаво, я решил попробовать применить концепции маркетинга из этой книги к такому диковинному продукту, как вакансия (он диковинный хотя бы потому, что вакансия не переходит во владение покупателя, вакансия – это скорее аренда, договор на которую может в любой момент разорвать любая сторона).

(Я проводил, причем вполне успешно, подобную работу и раньше, например, когда переносил знания из теории менеджмента на управление отдельным человеком.)

И действительно, особых проблем у меня не возникло при

описании концепции маркетинга в отношении рынка вакансий, модели 4Р (трех «пи» из четырех) и многого др., за исключением одной темы – ценообразования на рынке вакансий.

И вот тут-то, мне показалось, что у К. Маркса есть вторая ошибка, ее-то я и хочу здесь представить читателям, которая имеет прямое отношение к ценообразованию на рынке вакансий. Отмечу, что, казалось бы, чисто теоретическая работа на тему ценообразования на рынке вакансий, на самом деле имеет большое практическое значение для руководителей и владельцев бизнеса, понятно, что в небольшой публикации я делаю только первые шаги в соответствующем анализе.

Сначала напомним о первой ошибке известного философа и экономиста, [которой я посвятил предыдущий номер журнала](#) —

Первая ошибка Маркса

Речь идет о прибавочной стоимости, где Маркс пренебрег трудом предпринимателя, в результате пришел к выводам о том, что прибавочная стоимость создается трудом рабочего за счет того, что рабочий получает заработную плату меньше, чем он производит продукции в стоимостном выражении. Ну а далее, как всем известно, он пришел к мысли об эксплуатации рабочих капиталистами, владеющих средствами производства, которые отделены от рабочего и тот вынужден продавать свою рабочую силу.

Более подробно про первую ошибку Маркса можно прочитать, например, по ссылке – <https://www.nkj.ru/archive/articles/4094/>.

Что является товаром: рабочая сила или вакансия?

Вторая ошибка К. Маркса тесно связана с первой ошибкой, но имеет большое самостоятельное значение.

Для наглядности я предлагаю таблицу, где слева я отметил подход К. Маркса, а справа представил версию, вытекающую из концепции существования реального рынка вакансий.

Версия К.Маркса	Концепция существования рынка вакансий	Примечания
1. Рабочая сила – как товар	Вакансия как самостоятельный продукт на рынке	Владелец вакансии берет ее в аренду
2. Рынок продавца	Рынок покупателя	Для разных ситуаций
3. Рост безработицы от концентрации капитала	Концентрация капитала – большие возможности для создания лучших вакансий	Потребность в самовыражении узких специалистов и руководителей
4. Зарплата для воспроизводства рабочей силы	Зарплата – только одна из характеристик вакансий	Вакансия – комплексный продукт
5. Важность производства	Одинаковая важность всех сфер – производства товаров, услуг, лучших вакансий	Экспорт и импорт на рынке вакансий
6. Оценка успеха экономики в показателях ВВП	ВВП – лишь один из показателей, влияющих на качество жизни.	Две самостоятельные, хотя и пересекающиеся бизнес-системы

Рис. 3. Сравнение концепций.

Пояснения к таблице:

К п. 2 – во времена Маркса (первоначального накопления капитала) – капиталист попадал на рынок продавца вакансий и диктовал условия рынку. Сегодня в целом ряде сфер и уровня квалификаций капиталист попадает на рынок покупателя, где покупатель имеет большую власть.

К п.4. – человек удовлетворяет растущие разнообразные потребности не только после работы, но и на работе. Много значит атмосфера на работе, качество практики менеджмента и др. При этом работник сам участвует в формировании качества вакансии (той же атмосферы в коллективе и др).

К.п.5. – экспорт вакансий – например, найм работников из других стран. Он полезен, влияет на рост ВВП за счет большего производства разнообразных товаров и услуг. Импорт вакансий – например, работники ИТ-сферы, импорт вакансий также положительно сказывается на развитии экономики.

К п.6. – можно иметь хорошие показатели по ВВП, но отставать по качеству жизни. ВВП – не единственный показатель, по которому следует судить о развитии экономики страны или отдельного региона (РВП).

Уточню разбираемую проблему:

В условиях вполне реальной конкуренции на рынке вакансий (явно она проступает в работе хедхантеров, но не только) компании нуждаются в работающей инструментари.

Решение проблемы:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.