брокери, платіжна система, торгові агрегати, електронні дилери) та B2C (електронна крамниця, електронний аукціон, віртуальні співтовариства). Формами електронної комерції, які на даний момент не мають широкого розповсюдження, є: C2B, G2B, C2G.

Варто наголосити, що електронна комерція почала активно поширюватись в Україні в останнє десятиріччя, що пов'язано, в першу чергу зі зростанням кількості Інтернет-користувачів. Станом на початок другого півріччя 2012 року постійними (такими, що виходять в мережу не рідше одного разу на місяць) користувачами Інтернету вже було 15,3 мільйонів українців (що складає 33 % від загальної кількості населення). Сьогодні вітчизняний ринок електронної комерції знаходиться в активній стадії росту – на думку експертів до кінця 2012 року даний ринок може збільшитися до 30% і досягти обсягу $ 1 млрд. Журнал Forbes опублікував доходи лідерів української електронної комерції за категоріями: інтернет-магазини, інтернет-реклама й інтернет-сервіси. На першому місці в рейтингу знаходиться магазин Rozetka.ua з оборотом за минулий рік на рівні $ 130 млн. Клієнтами Інтернет-магазинів, переважно, є жителі великих міст, на них припадає близько 70 % аудиторії. Більше половини Інтернет-магазинів (53 %) діють на базі офлайн-магазинів, зокрема як виділені проекти існуючих магазинів або як ще одна вітрина реального магазину.

Варто зауважити, що електронна комерція надає ряд можливостей і переваг як для продавців, так і для покупців товарів і послуг. До переваг електронної комерції можна віднести: глобальний масштаб і охоплення; прискорення бізнес-процесів, зручність і швидкість здійснення угоди, доступність, оперативність отримання інформації; нижча ціна; найбільш широкий асортимент товарів; наявність систем пошуку необхідних товарів та послуг та інші.

Проте вітчизняний ринок електронної комерції характеризується і низкою недоліків: низький рівень безпеки і захисту від шахрайства; обмеження прав споживача; недовіра до електронної комерції серед споживачів; велика кількість непрофесіоналів серед фірм, що діють у галузі електронної комерції тощо.

В сучасних умовах гострої конкуренції та необхідності подолання бар'єрів розвитку електронної комерції компаніям необхідно впроваджувати клієнтоорієнтовану стратегію, основою якої виступає лояльність клієнтів. Процес забезпечення лояльності клієнтів складається з наступних етапів: виконання (продаж та доставка товару/послуги, необхідних для клієнта); вартість (ціна товару/послуги прийнятна для клієнта); зручність (доступність товару/послуги, їх можна легко отримати); віра (клієнт довіряє компанії, вважаючи її товари/послуги надійними та вигідними); задоволення (задоволення основних потреб клієнта); захист інтересів (компанія дає зрозуміти, що вона функціонує в інтересах клієнта); персоналізація (компанія демонструє повне прийняття, схвалення побажань клієнта); влада (клієнт усвідомлює, що компанія готова "грати за його правилами"). Відповідно, реалізація клієнтоорієнтованої стратегії передбачає встановлення довгострокових партнерських відносин з кожним клієнтом в цілях максимального задоволення індивідуальних потреб споживача. Оскільки покупці відтепер виступають не як загальна маса, а як індивіди зі своїми потребами і перевагами.

В цілому, рівень розвитку електронної комерції в України ще не досяг свого піку. Це обумовлює необхідність подолання бар'єрів поширення електронної комерції, в першу чергу, за рахунок: вдосконалення законодавчої бази та системи оподаткування; розробки механізмів захисту прав споживачів; впровадження перспективних інструментів електронної комерції; вдосконалення системи обслуговування клієнтів. У такому випадку, за сприяння держави, переваги електронної комерції стануть доступними для українських споживачів.

Роман ЧОРНИЙ
Тернопільський національний економічний університет

ВПЛИВ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ СФЕРИ НА ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Перехід людства до нової фази цивілізаційного розвитку визначає знання та освіту головними рушіями економічного зростання та суспільного поступу. Здатність новітнього інноваційного середовища інтегрувати у виробничі процеси новітні технологій та виробляти новітній інформаційний продукт напряму залежить від наявності висококваліфікованого трудового потенціалу, спроможного ефективно та динамічно освоювати нові знання, уміння, навички, та отримувати особистісні моральні та матеріальні дивіденди. Оскільки саме таку спроможність забезпечує освітньо – наукова система, актуальний стан та особливості останньої слід вважати одним із ключових факторів розвитку трудового потенціалу.

Програмні документи України, зокрема такі, як Програма економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», Послання Президента до Верховної Ради «Про внутрішнє та зовнішнє становище України у 2012 році», Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення пріоритетного розвитку освіти в Україні» та ін. засвідчують необхідність модернізаційного, якісного та конкурентоздатного розвитку національної освітньо – наукової системи. Однак вони суттєво розходяться з практикою, передусім, з точки зору відповідності національної освіти запитам економіки, конкурентних позицій останньої у єдиному європейському освітньому просторі, ступеня її інноваційного наповнення. Дані дисбаланси двояко проявляють свій вплив на формування та розвиток трудового потенціалу.

Так, освіта є стрижнем та першопочатковий детермінантом формування, зростання якісних характеристик трудового потенціалу, його аплікації в актуальному соціально - економічному середовищі. Однак, структура фахової та професійної підготовки системою професійної та вищої освіти не відповідає актуальним запитам національної економіки, і насамперед, - структурі зайнятості.

За оцінками експертів ринку праці та даних соціологічних опитувань кадрових агенцій кожен другий-третій українець працює не за спеціальністю. Отриманий після закінчення навчального закладу диплом у більшості випадків потрібен лише для офіційного оформлення на роботу, оскільки для роботодавця важлива не стільки задекларована у дипломі відповідність освіти потенційних працівників профілю роботи, скільки професійні навички та особистісні якості працівника.

Так, згідно соціологічних опитувань міжнародного кадрового порталу компанії Head Hunter, проведених у 2011 році, 37,4% респондентів працевлаштовані не за спеціальністю, 25,7% працюють у сфері, наближеній до здобутого фаху, і лише 36,6% – виконують роботу, безпосередньо пов’язану із отриманою освітою [1]. На жаль, у офіційній вітчизняній статистиці відсутні дані, щодо масштабу окресленої проблеми, однак навіть з нерепрезентативних опитувань та даних урядовців [2] можна зробити висновок, що отримана освіта не відповідає актуальним запитам економіки, а також не відповідає критерію ефективності витрат бюджетних коштів на освіту.

Вимоги роботодавців до якості потенційних трудових ресурсів, зокрема в частині наявної кваліфікації, компетенції, досвіду роботи, з огляду на науково-технічний прогрес, стало зростають. Отож з метою досягнення паритету професійно - кваліфікаційного рівня трудового потенціал у та вимог потенційних роботодавців, а отже, реальних запитів ринку праці, необхідно враховувати такі особливості впливу освітнього фактора на формування та розвиток трудового потенціалу, як:

1. Кількість вищих та спеціальних професійно - технічних навчальних закладів, що надають освітні послуги а також кількість абітурієнтів, що здобувають вищу та спеціальну професійну освіту детермінуються кількістю бажаючих навчатися, а не якісними показниками ефективності навчального процесу, зокрема кількістю та кваліфікаційним рівнем професорсько-викладацького складу та відповідністю отриманих знань актуальним запитам економіки.
2. Досягнення високих стандартів якісних показників трудового потенціалу з огляду на глобалізаційні виклики та випереджаючий інноваційний розвиток вимагають якісних зрушень в організації освіти, зокрема в частині модифікації педагогічних технологій, інформатизації освіти, створення високотехнологічної бази наукової та інноваційної діяльності в освіті, інтегрування та кореляції освіти у світовому освітньому просторі.

3. Якісні показники розвитку трудового потенціалу в частині його освітніх та професійно - кваліфікаційних характеристик повинні корелюватися з запитами механізму моніторингу освітніх послуг, як засобу управління освітою та підвищення її якості.

Література

1. Украинцы работают не по специальности / Електронний ресурс.- Джерело доступу: http://hh.ua.

2. Грищенко.Г. Незапитані знання. У вищій освіті чергова псевдо реформа / Георгій Грищенко .- Тиждень – 1 вересня 2012 р./ Електронний ресурс.- Джерело доступу: http://tyzhden.ua.

Павло ШУШПАНОВ
Тернопільський національний економічний університет

СТРЕС-ІНТЕРВ'Ю ЯК МЕТОД ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ

Нині питанням підбору персоналу приділяється чимала увага фахівцями з управління людськими ресурсами та роботодавцями. Це пов'язано з постійним зростанням конкуренції у сфері виробництва товарів та надання високоякісних і ефективних послуг.

Підбір персоналу є складним та тривалим процесом, у ході якого вивчаються професійні та психофізіологічні якості претендента задля виявлення його відповідності до вимог робочого місця. Оскільки підбір необхідних працівників здійснюється поетапно, зупинимося на такій важливій його складовій, як співбесіда.

У кожній компанії застосовують власні прийоми при проведенні співбесід, де більшість фахівців із персоналу не дотримуються стандартної схеми, адже до кожного претендента необхідний індивідуальний підхід. Який тип інтерв'ю буде використаний, іноді вирішується у ході співбесіди, хоча кваліфікований менеджер із персоналу обов'язково готується до розмови, вибудовує структуру бесіди виходячи з вимог вакансії та її функціональних обов'язків.

Зазвичай, при підборі необхідних працівників використовують низку методів проведення співбесіди з претендентом на посаду.

Першим різновидом проведення співбесіди є структуроване інтерв'ю, в якому менеджер із персоналу заздалегідь розробляє спеціальні питання, щоб отримати інформацію про компетенцію претендента, його відповідність вимогам посади з урахуванням специфіки та стратегії компанії.

Другим варіантом є інтерв'ю за компетенціями, яке допомагає виявити наявність компетенцій, що вимагаються від кандидатів на тій чи іншій посаді та передбачає збір поведінкової інформації про претендента в ситуаціях по відношенню до майбутньої роботи.

Третім поширеним методом підбору персоналу є ситуативне або case-інтервью. При проведенні зазначеного типу інтерв'ю претенденту пропонується певна змодельована ситуація, часто із закладеною проблемою та передбачає кілька шляхів розв'язання, де кандидат може продемонструвати свою професійну придатність, уміння аналізувати, розставляти правильні акценти, взаємодіяти з колегами і підлеглими, знаходити вихід з проблемних ситуацій [1].

Четвертим різновидом проведення бесіди з претендентом є стрес-інтерв'ю. Даний тип співбесіди використовується в тих випадках, коли виконувана робота пов'язана з підвищеними емоційними, фізичними та інтелектуальними навантаженнями.