

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ СОЦІАЛЬНО-ПОБУТОВОЇ СФЕРИ

Дядик Т.В., к.е.н., доцент, Полтавська державна аграрна академія

У статті здійснена оцінка механізму функціонування ринку праці в Полтавській області, та, зокрема, ефективність маркетингових досліджень у соціально-трудовій сфері.

The article rating mechanism functioning labor market in the Poltava region, and in particular the effectiveness of market research in the social and labor sphere.

Постановка проблеми. Однією з головних проблем сьогодення є недооцінка негативного впливу складної економічної ситуації на вирішення соціальних проблем. Соціально-трудова сфера є винятково важливою, проте за останні роки набула ряду негативних ознак, що викликали складну ситуацію на ринку праці – загострення безробіття, складність працевлаштування молоді та жінок, погіршення режимів і умов праці, порушення норм праці, зниження реальної та забезпечення гідної заробітної плати тощо.

У кожного покоління свої проблеми, у кожної людини – свій соціальний статус, характер, вподобання, потреби, проте реалізувати свої здібності до праці, відтворювати власну робочу силу, самоутвердитися і знайти своє місце у суспільстві є не тільки необхідністю, а і потребою кожної цивілізованої людини в будь-які часи. Тут, звичайно, є незаперечним посилення уваги не тільки до забезпеченості трудовими ресурсами, а і до соціальних проблем функціонування сучасного ринку праці. Враховуючи наявний інформаційний дефіцит щодо динаміки та тенденцій розвитку ринку праці, одним з нових напрямів у сфері моніторингу соціально-трудових відносин є впровадження маркетингових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед найважливіших досліджень, які висвітлюють теорію та практику функціонування ринку праці є наукові розробки вчених: С. Бандури, Д. Богині, О. Грішнєвої, В. Дієспєрова, Е. Лібанової, В. Петюха, В. Савчука, М. Шалєнка та ін.

Маркетинг у трудовій сфері, дає можливість працівнику створювати і продавати робочу силу з урахуванням кон'юнктури ринку праці та його законів. Самомаркетинг можна визначити як формування власного позитивного іміджу як висококваліфікованої, високоморальної, працьовитої людини, яка вміє ефективно працювати в колективі; він передбачає формування робочої сили з позицій забезпечення високого рівня її якості та конкурентоспроможності, поширення позитивної інформації про себе на ринку праці [2].

Маркетинг взаємодії є найефективнішим методом сприяння зайнятості – він переносить акцент в маркетингову діяльність з техніки маркетингу на соціальні аспекти взаємовідносин з партнерами – розвиток довгострокових взаємовідносин, що дають синергійний ефект [3].

Постановка завдання. Метою статті є оцінка механізму функціонування ринку праці в Полтавській області, та зокрема ефективність маркетингових досліджень у соціально-трудої сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою збільшення виробництва продукції і підвищення матеріального добробуту населення є раціональне використання трудових ресурсів. На території Полтавської області, як і в цілому в Україні на сьогодні гостро стоїть проблема раціонального використання робочої сили, її правильний розподіл між галузями господарства і окремими районами, ліквідація безробіття тощо.

Кількість населення Полтавської області постійно скорочується, насамперед за рахунок зниження природного приросту, а також це пов'язано із міграцією сільських жителів, переважно молоді, у міста. Структура сільського розселення Полтавщини має значні територіальні відмінності, що зумовлені природно-географічними умовами, історичними особливостями заселення території, розміщенням та спеціалізацією аграрного виробництва.

Не зважаючи на чітку за останні роки тенденцію поліпшення економічної ситуації в народногосподарському комплексі, економічні і соціальні орієнтири реформування трудової сфери залишаються поза процесами їхніх узгодженості і збалансованості. Тобто, можна констатувати той факт, що соціальна сфера, яка покликана відновлювати втрачені в процесі виробництва людські ресурси, сьогодні продовжує втрачати свій статус.

За результатами щоквартальних вибіркового обстежень населення з питань економічної активності у Полтавському регіоні, кількість економічно активного населення у віці 15-70 років у 2011 році порівняно з 2007 р. скоротилась на 23,8 тис. осіб або на 3,2% і становила 720,2 тис. осіб. Відповідно зменшилась чисельність економічно неактивного населення працездатного віку – на 5,6% та становила 662,9 тис. осіб (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка показників розподілу трудових ресурсів Полтавської області
(згідно МОП), 2007-2011 рр. [1]**

Роки	Економічно активне населення			
	у віці 15-70 років		працездатного віку	
	в середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	в середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи
2007	744,0	63,4	694,8	75,2
2008	739,3	63,7	691,8	75,4
2009	721,0	63,2	662,1	72,9
2010	714,0	63,4	661,6	73,6
2011	720,2	64,7	662,9	74,5
2011 р. у % до 2007 р.	96,8	х	95,4	х

Зайнятість населення – один з найважливіших макроекономічних показників стану економіки країни. Це пов'язано з тим, що зайнятість населення є складовою частиною суспільного організму, де здійснюється діяльність громадян, пов'язана із задоволенням особистих і суспільних потреб, що приносить їм дохід у грошовій або іншій формі. Вона формується під впливом економічних, соціально-демографічних і нормативно-правових чинників і відбиває стан економіки країни в цілому та окремих її сегментів.

Функціонування ринку праці, проблеми зайнятості та безробіття не варто розглядати як узагальнені, абстрактні соціально-економічні явища, адже вони мають втілення у конкретних діях конкретних людей, насамперед, роботодавців і найманих працівників. Чисельність зайнятих осіб Полтавської області зменшилась на 5,9% і значно скоротилась кількість безробітних – на 20,9%. Зменшилась зайнятість осіб працездатного віку – на 7,6% (табл. 2).

Таблиця 2

**Динаміка зайнятості та безробіття трудових ресурсів Полтавської області,
2007-2011 рр. [1]**

Роки	Економічно активне населення							
	зайняте населення				безробітне населення (за методологією МОП)			
	у віці 15-70 років		працездатного віку		у віці 15-70 років		працездатного віку	
	в сер., тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	в сер., тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	в сер., тис. осіб	у % до економічно активного населення відповідної вікової групи	в сер., тис. осіб	у % до економічно активного населення відповідної вікової групи
2007	695,2	59,2	646,0	69,9	48,8	6,6	48,8	7,0
2008	691,6	59,6	644,1	70,2	47,7	6,5	47,7	6,9
2009	647,1	56,7	588,2	64,7	73,9	10,2	73,9	11,2
2010	644,8	57,3	592,4	65,9	69,2	9,7	69,2	10,5
2011	654,2	58,8	597,2	67,1	66,0	9,2	65,7	9,9
2011 р. у % до 2007 р.	94,1	х	92,4	х	135,2	х	134,6	х

Найбільш негативним фактором є зростання чисельності та рівня безробітних – за період 2007-2011 рр. У Полтавській області чисельність безробітних у віці 15-70 років зросла на 35,2% та становила 66 тис. осіб у 2011 р. (9,2% від чисельності економічно-активного населення). Чисельність безробітних працездатного віку зросла на 34,6% і становила 65,7 тис. осіб у 2011 р. (майже 10% від чисельності економічно-активного населення).

Трудова та соціальна реалізація людини в усіх інших сферах діяльності, дає можливість формувати свою робочу силу і продавати трудові послуги з урахуванням кон'юнктури ринку праці та його законів. В процесі самомаркетингу необхідно визначити рівень попиту на робочу силу певного

рівня якості та діапазон цін. На сучасному ринку праці в Україні високий попит на певні професії та кваліфікації не гарантує високу оплату та успішність кар'єри [2]. Як бачимо, чисельність зареєстрованих безробітних є майже вдвічі меншою від загальної чисельності – якщо у 2011 р. чисельність безробітних працездатного віку зросла становила 65,7 тис. осіб, то зареєстрованих – 27,3 тис. осіб (табл. 3).

Таблиця 3

**Динаміка попиту та пропозиції трудових ресурсів Полтавської області,
2007-2011 рр. [1]**

Роки	Безробітне населення працездатного віку зареєстроване у державній службі зайнятості			Потреба в робочій силі, на кінець року, тис. осіб	Навантаження незайнятого населення на одне вільне робоче місце, вакантну посаду, на кінець року, осіб
	в сер., тис. осіб	у % до			
		економічно активного населення працездатного віку	населення працездатного віку		
2007	32,6	4,7	3,6	6,2	5
2008	29,0	4,2	3,2	2,8	16
2009	35,5	5,4	4,0	2,9	11
2010	25,7	3,9	2,9	1,8	20
2011	27,3	4,1	3,1	2,4	10
2011 р. у % до 2007 р.	83,7	х	х	38,7	200,0

За період 2007-2011 рр. потреба в робочій силі зменшилась на 61,3%, а навантаження незайнятого населення на одне вільне робоче місце, вакантну посаду збільшилось у 2 рази, що відповідно призводить до трудонадлишкової кон'юнктури ринку праці Полтавського регіону.

Великою проблемою функціонування ринку праці в нашій країні є діяльність служб зайнятості. Хоча основною їх функцією є добір персоналу й працевлаштування, які можуть сприяти плануванню й реалізації кар'єри працівника, однак здебільшого всі перелічені функції на ринку праці претендент виконує самостійно, тому оволодіння методами самомаркетингу є необхідною умовою успішної кар'єри. Як свідчать дані табл. 4, із загальної чисельності незайнятих громадян у 2011 р. – 95,4 тис. осіб, працевлаштовано було 36,9 тис. осіб (38,6%), що майже на 20% менше ніж у 2007 р.

Динаміка працевлаштування трудових ресурсів Полтавської області, 2007-2011 рр. [1]

Роки	Кількість незайнятих громадян, які скористалися послугами державної служби зайнятості, в цілому за рік			
	всього, тис. осіб	з них працевлаштовано		перебували на обліку, на кінець року, тис. осіб
		тис. осіб	у %	
2007	108,3	45,6	42,1	33,8
2008	114,0	45,1	39,6	44,3
2009	104,2	33,9	32,5	31,2
2010	98,5	35,9	36,5	35,1
2011	95,4	36,9	38,6	24,4
2011 р. у % до 2007 р.	88,1	80,9	x	72,2

Висновки. Вивчення кон'юнктури ринку праці, визначення еластичності попиту і пропозиції робочої сили, рівня продуктивності праці, проведення аналітичних та прогнозних розрахунків є необхідним у розробці ефективних програм зайнятості населення та подолання безробіття. Моніторинг соціально-трудової сфери – це один із найбільш важливих інструментів розробки обґрунтованої державної соціальної політики; комплексна державна система неперервного спостереження за фактичним станом справ у соціально-трудовій сфері. В умовах ринкової економіки здійснення моніторингу соціально-трудової сфери забезпечують маркетингові дослідження.

Література:

1. Головне управління статистики у Полтавській області. Інтернет-видання [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.poltava.gov.ua>.
2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: [підручник] / О.А. Грішнова. – [3-тє вид., випр. і доп.] – К.: Т-во «Знання», КОО, 2007. – 559 с.
3. Легомінова С.В. Маркетинг ринку праці (методологія досліджень) [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/26468.html/>

Заявка на участь у роботі Міжнародної науково-практичної конференції

Прізвище	Дядик
Ім'я	Тетяна
По батькові	Василівна
Науковий ступінь	кандидат економічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри економіки підприємства
Організація	Полтавська державна аграрна академія
Поштова адреса	36003, м. Полтава, вул. Сковороди 1/3
Тел. / факс	тел.(роб.) 8 (053) 222-27-64
Назва доповіді	
Житло потрібне / не потрібне	не потрібне
Секція	

Планую взяти участь як слухач

РЕЦЕНЗІЯ

на статтю к.е.н., доцента Дядик Т.В.

на тему: «Роль маркетингу у вирішенні проблем соціально-трудової сфери»

Зміни економічної і соціально-політичної ситуації у країні за останні роки обумовили виникнення ряду нових явищ у сфері зайнятості – сегментацію ринку праці за формами власності та статусом зайнятості, розвиток нестандартних та гнучких форм зайнятості та ін.

Одним з недоліків сучасного ринку праці є його стихійність, яка загострює проблеми працевлаштування населення і ускладнює реалізацію права на працю та доходи, тобто жорсткішими стають вимоги до професіоналізму, посилюється динамічність структурних змін у виробництві, знижується життєвий рівень населення.

В умовах ринкової економіки здійснення моніторингу соціально-трудової сфери забезпечують маркетингові дослідження. Вивчення кон'юнктури ринку праці, визначення еластичності попиту і пропозиції робочої сили, рівня продуктивності праці, проведення аналітичних та прогнозних розрахунків є необхідним у розробці ефективних програм зайнятості населення та подолання безробіття.

Автор статті розглядає всі названі проблеми. У статті проаналізовані зміни чисельності населення у Полтавському регіоні загалом та за економічною активністю. Обґрунтовані переваги та необхідність застосування маркетингу при проведенні моніторингу соціально-трудової сфери.

Приймаючи до уваги вище викладене, слід відмітити, що стаття підготовлена на актуальну тему, по формі і змісту відповідає вимогам, що ставляться, і рекомендується до друку у науково-виробничих фахових виданнях.

Завідувач, професор кафедри
маркетингу,
доктор економічних наук, професор

Писаренко В.В.