

## УПРАВЛІННЯ ДИНАМІЧНИМ ПРОЦЕСОМ РИНКУ ПРАЦІ

*У статті визначено місце і роль системи інформації про стан ринку праці і функціонування служби зайнятості, маркетингу та аудиту ринку праці.*

**Ключові слова:** ринок праці, служба зайнятості, маркетинг та аудит ринку праці.

*В статье определены место и роль системы информации о состоянии рынка труда и функционирования службы занятости, маркетинга и аудита рынка труда.*

**Ключевые слова:** рынок труда, служба занятости, маркетинг и аудит рынка труда.

*The article defines place and role of information systems about conditions of labor market and functioning of the employment services, marketing and audit of the labor market*

**Key words:** labor market, the employment services, marketing and audit of the labor market

**Постановка проблеми.** Управління динамічним процесом ринку праці – комплекс державних, ринково-кон'юнктурних, громадських і приватних функцій, спрямованих на встановлення національних пріоритетів зростання добробуту, на підтримку пропорційності поєднання живої і матеріалізованої праці, на планомірне керівництво, контроль і стимулювання відносин, що виражають інтереси агентів господарювання з приводу праці і зайнятості, а також – на цілі ринкової технології і способи їх досягнення.

Це управління як чинник запобігання, пом'якшення або усунення протиріч системи відносин на ринку праці, є найважливішим резервом підвищення ефективності сукупних громадських витрат на життєзабезпечення. Національно-територіальний український ринок праці ще формується, що диктує необхідність своєчасного визначення, уточнення і коригування механізмів регулювання.

Початковим постулатом урядової стратегії на ринку праці повинен стати принцип досягнення і підтримки ефективної зайнятості. Що допускає безробіття в соціально прийнятних межах. Виникаючих же реальних відносин між працездатними людьми, господарюючими суб'єктами господарювання (працедавцями) і державою відбивають зміст комплексу дослідження ринку праці, його суть.

Нові світоглядні орієнтири підготувала революція комунікаційних та інформаційних ресурсів людства. Наше мислення (не раціональне, а, швидше, ідеалотворююче) на рівні утопій

XIX століття, власне соціоекономіка, «зупинилась» десь в індустріальній епосі на екстенсивних технологіях виробництва і одно-двоцільового (дохід, збагачення, фінансове благополуччя) механізму ринкової економіки, не здатні дотепер перекласти і функціонально використовувати новітні технології, кібернетику, генетику, синергетику, єдину теорію взаємодій та екологічні науково-технічні досягнення безвідходних виробництв.

Пройшовши за це століття три основні етапи становлення (самоорганізації) – доктрину «відносин з громадськістю» (30-ті роки), доктрину «людських ресурсів» (50-60-ті роки), доктрину «організаційного гуманізму» (80-90-ті роки) – світовий менеджмент (у розвинених країнах) зупинився поки що на доктрині «добробуту для всіх» [1]. Але при управлінні багатоскладовими системами вироблення оптимальних рішень потребує таких економіко-математичних розрахунків, які за обсягом (з урахуванням дефіциту часу) людині не під силу.

Збільшилася частка інформаційного сектору у ВВП і частка працівників, зайнятих обробкою і передачею інформації, в загальній чисельності зайнятих. Особливостями виробництва в інформаційному комплексі є: предмети праці – первинна інформація; засоби праці – способи перетворення, зберігання, передачі інформації; мета виробництва – задоволення інформаційних потреб.

Насилу пробивають собі дорогу нові прогресивні тенденції в розвитку земної цивілізації: зростання пріоритету загальнолюдських цінностей та ідеалів, природозбереження, роззброєння та інтеграція

держав (їх економік і культур). Нові соціоекономічні технології виникають у процесі подолання протиріч між технократичним і гуманітарно орієнтованим підходами до громадської еволюції. Впровадження цих технологій пов'язане зі змінами ціннісних настанов і мотивацій різних соціальних груп і веде до трансформації їх поведінки.

Значний внесок у розробку теоретичних і практичних проблем управління ринком праці зробили зарубіжні та вітчизняні науковці Д. Баланда, А. В. Казановський, О. В. Мельник, О. Пономарьова, В. Г. Федоренко, В. Шевчук, І. М. Пришєндько та ін.

Успіхи біологічних наук і дослідження при створенні складних технологічних систем ще в 1950-ті роки розширили видиму сферу управлінських процесів. О. І. Опарін, Г. Г. Меллер, Х. Кун, П. К. Анохін, І. І. Шмальгаузен, Х. Н. Гізатулін та інші вчені показали, що механізм управління не придуманий людьми, а сформувався в процесі еволюції живої природи, цілеспрямовано перетворюючи інформацію для збереження стабільної стійкості керованого об'єкта.

**Метою статті** є визначення місця і ролі системи інформації про стан ринку праці і функціонування служби зайнятості, маркетингу та аудиту ринку праці.

**Виклад основного матеріалу.** Людина тільки високоорганізує механізм управління в процесі життєдіяльності. Величезний потенціал ефективності, закладеної в організації, реалізується у міру технічної оснащеності процесів управління. Оргтехніка, упорядковуючи і полегшуючи працю людини, дозволяє економити час, підвищуючи ефективність управління. В основі гігантських втрат часу соціумом – відносини власності і низький рівень організації та управління. Тому, обов'язком будь-якого (за рівнем) керівника (працедавця, особливо), кожної працездатної особи (зайнятого або безробітного) покликане (сучасною епохою) стати виявлення, де і як навколо нього втрачається час, чого це коштує для суспільства і його особисто [2, с. 184-185].

З необхідністю мають бути реалізовані заходи щодо формування системи інформації про стан ринку праці і дії служби зайнятості, що дозволить гнучко реагувати на швидкі зміни регіональної кон'юнктури. Основними елементами системи інформації про ринок праці тоді стануть: інформування громадськості про стан ринку праці і тенденції розвитку його сегментів; інформування населення і працедавців про послуги з працевлаштування, що надаються посередницькими структурами; збір інформації для ухвалення управлінських рішень і планування діяльності інститутів ринку праці [3-6].

Основним механізмом регуляції управління є визначення і оптимізація моніторингових витрат, що припускають аудиторські, комісійні та інші види витрат у ринкових умовах. Моніторингові витрати – витрати на контроль за персоналом

управління з тим, щоб заходи на ринку праці відбувалися відповідно до угод, укладених із замовниками досліджень, які, у свою чергу, передають першим повноваження на ухвалення рішень в надії і з розрахунком, що менеджери забезпечать дотримання інтересів сторін працеринкових відносин.

Будь-яке управлінське рішення з фінансових витрат на етапі проведення дослідницької (аудиторської) роботи і формування для кожного економічного агента – довгострокова ризикова справа. Потрібні всі дані (інформація) про економічного агента від кожного з експертів. При цьому перевірка буде виправдана тільки, коли є зв'язок між дослідницькою роботою і формуванням або експлуатацією економічного агента. Законодавчий процес становлення аудиту в Україні затягнувся, тому чіткого механізму регулювання аудиторської діяльності немає. Створювана Комісія з аудиторської діяльності при Уряді України повинна взяти на себе розробку і управління проведенням оцінно-перевірочних заходів специфічними економічними агентами на ринку праці.

Умови ринку праці припускають повну відповідальність працедавця (власника робочих місць) і найнятого робітника (носія робочої сили) за результати своєї діяльності. Але при аудиті з площини «наймач – найнятий робітник» акцент варто перенести в площину «керівник – виконавець». Для визначення наявності асиметричних відносин влади і авторитету доцільно використовувати терміни типу «ресурсної залежності» у формі контрактної взаємодії сторін, кожна з яких переслідує свої власні інтереси.

Увесь комплекс послуг, що надаються кваліфікованим аудитором, безпосередньо впливає, з одного боку, на економічний стан підприємства, оскільки дозволяє значно підвищити ефективність менеджменту, з іншого – на прибутки трудящих, оскільки дозволяє зіставити прагнення і можливості. Таким чином, можна сказати, що аудиторська фірма через специфіку своєї діяльності на ринку праці стає якоюсь мірою її безпосередньою учасницею, конструюючи і оцінюючи економічних агентів. Оцінювач визначає факт, який не може ігноруватися при завершальному аналізі: чи може цей економічний агент стати таким при відповідній ціні.

Система ведення політики на ринку праці припускає створення і функціонування експертної ради, до задач якої входить розгляд довгострокових виробничих, ресурсно-сировинних, науково технологічних, екологічних, продовольчих, соціальних програм і проектів, програм регіонального соціоекономічного управління процесом ринку праці, обґрунтованих окупністю витрат і обліком можливості зміни ціни на кожну конкретну працю.

Замовники в нових умовах господарювання повинні приділяти особливу увагу залученню приватних інвестицій і системі «управління – контроль» (за виконанням програм і проектів), а

також – не розглядати державний (та і місцевий) бюджет як джерело безповоротного фінансування.

Аксіома маркетингу ринку праці полягає в тому, що товаром можна назвати все, що здатне надати платну послугу, задовольнити потребу. Крім виробів і послуг, це можуть бути особи, місця, організації, види діяльності та ідеї. Маркетинг ринку праці – універсальний засіб дії на домагання як ринку робочої сили, так і ринку робочих місць. Основна його задача, у вузькому значенні, постачання, або забезпечення, ринку покупця (робочої сили, або робочого місця) кадрами, або вакансіями. У широкому значенні – це активна форма соціально-економічного процесу обміну між підприємцем (власником робочого місця) і носієм робочої сили [7; 8].

До маркетингу починають звертатися у міру загострення конкуренції, зростання витрат, уповільнення зростання або зниження трудової активності, або продуктивності праці, погіршення якості трудових послуг. Найбільш ефективна комплексна концепція маркетингу, що передбачає:

а) вивчення і прогнозування ринку праці економічних агентів);

б) розробку методів дії на ринок праці (просування трудових послуг);

в) визначення ефективної ціннісно-вартісної політики;

г) систему інформаційного забезпечення. Важлива відмінність ринку робочої сили від ринків інших товарів – трудова послуга не існує до її надання: неможливо порівняти два майже ідентичні носія робочої сили або два робочих місця, запропонованих на ринку праці покупцеві. Порівняння можливе тільки після отримання трудової послуги як зіставлення очікуваних вигод і отриманих.

Специфіка маркетингу на ринку праці також полягає в тому, що:

– висока міра невизначеності пропонованих трудових послуг ставить покупця (працедавця) в невідгідне положення;

– вибір відповідного продавця (економічного агента) і оцінка якості його послуг – велика трудність для покупця;

– інерція – головний чинник у забезпеченні повторюваності контрактів;

– погляди, компетентність, прихильність покупця (працедавця) робить можливими підвищення вартості (ціни) та інші дії продавців (економічних агентів);

– основний конфлікт між покупцем і продавцем на ринку праці виникає з приводу гарантованих трудової участі і ціни праці: гарантії важливіші, ніж якість;

– власникові важко підтримувати постійні контакти з особами, які приймають рішення про купівлю економічного агента;

– контроль якості до і після надання трудових послуг – серйозна проблема для продавця (власника економічного агента ринку праці).

Змінити ситуацію купівлі-продажу робочої сили можна шляхом зміни підходу до побудови системи сприяння зайнятості і професійної підготовки населення, перетворивши систему «Робоче місце – покупець» зміною місць і акцентів, що сприятиме інтеграції праці і ринку праці з іншими чинниками виробництва і ринками, сприяючи доцільному задоволенню потреби в товарах і послугах. Єдина служба (нова структура кадрового центру підприємства) з усіма повноваженнями у сфері управління персоналом могла б підпорядкувати собі керівників лінійних виробничих ланок. У функції подібної служби можна ввести:

– дорадчі і виконавчі повноваження в системі управління персоналом на підприємстві;

– вивчення проблем кадрового маркетингу і вироблення науково обґрунтованих методів їх рішення, рекомендацій і політики раціональної зайнятості на підприємстві;

– участь як сполучну ланку в системі регіонального маркетингу робочої сили в дослідженнях цієї галузі діяльності з урахуванням їх результатів при ухваленні рішень.

Маркетингові заходи з боку працедавця торкаються і відносин з власними працівниками:

1) назріла потреба в раціональному використанні внутрішньофірмових трудових ресурсів;

2) оптимальному розподілі людей за робочими місцями;

3) забезпеченні сприятливих умов для розкриття їх природних талантів удосконаленні технології і техніки з метою підвищення ефективності виробництв, конкурентоспроможності продукції.

В умовах залучення робочої сили до товарного обміну, критерієм оптимізації її споживання стає максимум прибутку. Це і повинно визначати вибір способів ведення виробництва, стимулювати пошук максимально ефективної комбінації застосування ресурсів. Людина на ринку праці характеризується чинниками культурного порядку, соціальними, особистими і психологічними чинниками.

Особливо варто розукрупнити характеристики основних «громадських класів» за їх соціальним станом. Нова робоча сила, як і нове робоче місце проходять процес сприйняття ринком праці їх якостей:

1) обізнаність;

2) інтерес;

3) оцінка;

4) проба;

5) сприйняття (прийняття повністю, частково або відмова).

Ще одне правило маркетингу, яке з особливою ретельністю повинно застосовуватися на ринку праці: працедавець, як правило, «стає в позу». Тому, пошуки роботи доцільно починати задовго до зустрічі з працедавцем і, зокрема, з рекламних дій на ринку праці.

В умовах швидких змін працедавець не бажає і економічно не може наймати людину, яка тільки частково задовольняє його потребу у робочій силі. Прогностичною цінністю моделі фахівця є якраз виявлення відповідних очікуванням працедавця ефективних способів, методів навчання і виховання кожного конкретного працівника і внутрішньо-фірмового колективу в цілому. Формування персоналу за принципом команди припускає не лише сумісність, взаємодоповнювану і націленість на групову роботу. Такий підхід, з невідмінним дотриманням принципу омолодження колективу (ротації), породжує ініціативу, створює сприятливе організаційно-психологічне, високопродуктивне середовище, розвиває взаємодопомогу і змагальність, підвищує престиж плідної роботи.

Увага керівника має бути спрямована на забезпечення постійного залучення працівника до трудового процесу, складання резервних завдань, прийнятне усунення монотонності праці. Рівень розвитку сукупної робочої сили, що дозволяє при

її поєднанні з капіталом забезпечити повніше задоволення потреби ринку в товарах і послугах (у такий спосіб максимізувати прибуток), тим вище, чим «технологічніше» взаємозв'язки працівників із засобами виробництва і чим розвиненіша система розподілу і кооперації праці.

**Висновок.** Таким чином, науково-технічні і соціокультурні інновації так чи інакше торкаються трудових процесів і тому припускають застосування професійних знань з аудиту, менеджменту і маркетингу. Інформаційна база (знання про людський чинник) і основні задачі (проектування робочих місць, складних систем і організації) безпосередньо пов'язані з проявом людського чинника в системах «людина – навколишній світ». Реалізовані заходи щодо формування системи інформації про стан ринку праці і дії служби зайнятості, впровадження аудиту та маркетингу ринку праці дозволять гнучко реагувати на швидкі зміни регіональної кон'юнктури.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Людвиг Эрхард. «Благосостояние для всех» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ek-lit.narod.ru/erhsod.htm>.
2. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации / Р. Ф. Абдеев. – М. : ВЛАДОС, 1994. – 336 с.
3. Баланда Д. Новітні тенденції розвитку національних ринків праці в контексті інформатизації економіки / Д. Баланда // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 1. – С. 10–15.
4. Пономарьова О. Реформування системи зайнятості в Україні для забезпечення конкурентних переваг національного ринку праці / О. Пономарьова, Т. Біденко // Україна: аспекти праці. – 2011. – № 2. – С. 11–17.
5. Федоренко В. Г. Державна служба зайнятості в ринковому вимірі функціональної ефективності / В. Г. Федоренко, О. В. Мельник, А. В. Казановський // Економіка та держава. – 2010. – № 2. – С. 4–6.
6. Шевчук В. Ринок праці як інструмент регулювання освітньої галузі у сфері підготовки висококваліфікованої робочої сили / В. Шевчук // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 2. – С. 20–25.
7. Пришедько І. М. Концепція маркетингу на ринку трудових ресурсів / І. М. Пришедько // Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/inek/2011\\_2/189.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_2/189.pdf).
8. Примак Т. О. Маркетинг : [навч. посіб.] / Т. О. Примак. – К. : МАУП, 2004. – 228 с.

**Рецензенти:** Багмет М. О., д.і.н., професор;  
Коваль Г. В., к.політ.н., доцент.

© Шапоренко Д. Е., 2012

Дата надходження статті до редколегії 25.03.2012 р.

**ШАПОРЕНКО Дар'я Едуардівна** – здобувач кафедри державного управління та місцевого самоврядування, Академія муніципального управління (м. Київ)

**Коло наукових інтересів:** державна політика зайнятості в Україні.