

Маркетингові дослідження ринку робочих місць у промисловості

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Дефіцит робітничих кадрів та промислових спеціалістів являється хронічною проблемою розвитку української економіки. Актуальність цієї проблеми зростає в умовах євроінтеграції та лібералізації торгівлі, які вимагають підвищення конкурентоспроможності вітчизняної промисловості. Протягом останнього десятиріччя уряд України виявляв неспроможність подолати визначену проблему. Профорієнтаційні заходи, які проводилися Державною службою зайнятості України та окремими промисловими підприємствами з метою популяризації потрібних ринку праці професій, не дали потрібного результату. Тому перед вченими-економістами постають наступні *завдання*: удосконалення інструментарію дослідження ринку праці; уточнення причин нестачі робітничих кадрів та промислових спеціалістів; розробка ефективного інструментарію регулювання ринку праці.

Ці завдання вирішує маркетинг ринку праці. Він базується на глибокому розумінні потреб ринку, а тому може запропонувати не тільки ефективні методи його дослідження, але й інструменти впливу на попит робочої сили. Відповідно, *проблемою*, яка розглядається в даній статті, є визначення причин дисбалансу попиту і пропозиції на промисловому сегменті ринку праці маркетинговими методами на основі вивчення привабливості робочих місць.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Формулювання цілей дослідження. Причини дисбалансу попиту і пропозиції на промисловому сегменті ринку праці України вивчаються такими вітчизняними вченими, як Є. Ахромкін [1], І. Багрова [2], С. Бандур [3] тощо. Маркетинг ринку праці є об'єктом досліджень таких українських науковців, як А. Гурманчук [4], Ю. Мельник [7], О. Сардак [11] та ін. На основі аналізу їх публікацій можна стверджувати, що проблеми маркетингу ринку праці та дефіциту промислових працівників достатньо глибоко опрацьовані. Проте особливостям застосування маркетингу в сфері дослідження саме ринку робочих місць у промисловості не приділено достатньої уваги. Тому *цільми* даної статті є:

розробка моделі, яка визначає особливості маркетингу на ринку робочих місць у промисловості та напрями його дослідження;

формування методики дослідження ринку робочих місць;

проведення аналізу за допомогою сформованої методики та визначення чинників непривабливості робочих місць у промисловості як причини дефіциту промислових кадрів.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Основні маркетингові інструменти та напрями дослідження ринку в маркетингу ринку праці, як і в маркетингу товарів, визначаються моделлю 4P (комплекс маркетингу), яка включає такі складові [12]: «товар» (product) – здатність людини до праці, освіта, досвід; «ціна» (price) – оплата праці; «збут» (place) – канали пошуку роботи, такі як Інтернет, Служба зайнятості тощо; «просування» (promotion) – резюме, рекомендації, поведінка кандидата на робоче місце під час співбесіди. Проте, як зазначає І. Багрова, ринок праці складається з двох складових – ринку робочої сили та ринку робочих місць [2, с. 44]. В запропонованому вище варіанті модель 4P стосується саме ринку робочої сили, оскільки в ній в якості суб'єкта, що ініціює попит, розглядається роботодавець, пропозицію формує власник робочої сили, а об'єктом купівлі-продажу виступає здатність людини до праці. В той же час моделі 4P для ринку робочих місць у сучасному маркетингу не розроблено, хоча саме їх непривабливість може зумовлювати нестачу працівників в окремих галузях.

Важливим моментом, який слід враховувати при розробці комплексу маркетингу для ринку робочих місць, є те, що в окремих випадках модель 4P розширюють шляхом додавання до неї таких елементів, як «процес» (process), «фізичні ознаки» (physical evidence), «учасники» (participants) тощо. В такому випадку виникає необхідність визначення системоутворюючого чинника, на основі якого відбувається таке включення. А. Ніколаєв пропонує використовувати для цього споживну цінність товару [8, с. 84]. Проте з таким твердженням не можна повністю погодитись, оскільки комплекс маркетингу включає елемент «ціна». Даний елемент не входить до складу споживної

цінності товару – сукупності споживних властивостей, які формують цінність товару для споживача. В той же час, співвідношення ціни та споживної цінності товару формує його конкурентоспроможність [9, с. 82-86]. Відповідно, саме конкурентоспроможність товару і буде системоутворюючим чинником під час формування моделі комплексу маркетингу для ринку робочих місць.

Автором розроблено модель 8S, яка є розширеною модифікацією моделі 4P і відображає ключові напрями впливу на ринок робочих місць з метою забезпечення росту привабливості промислових професій (рис. 1):

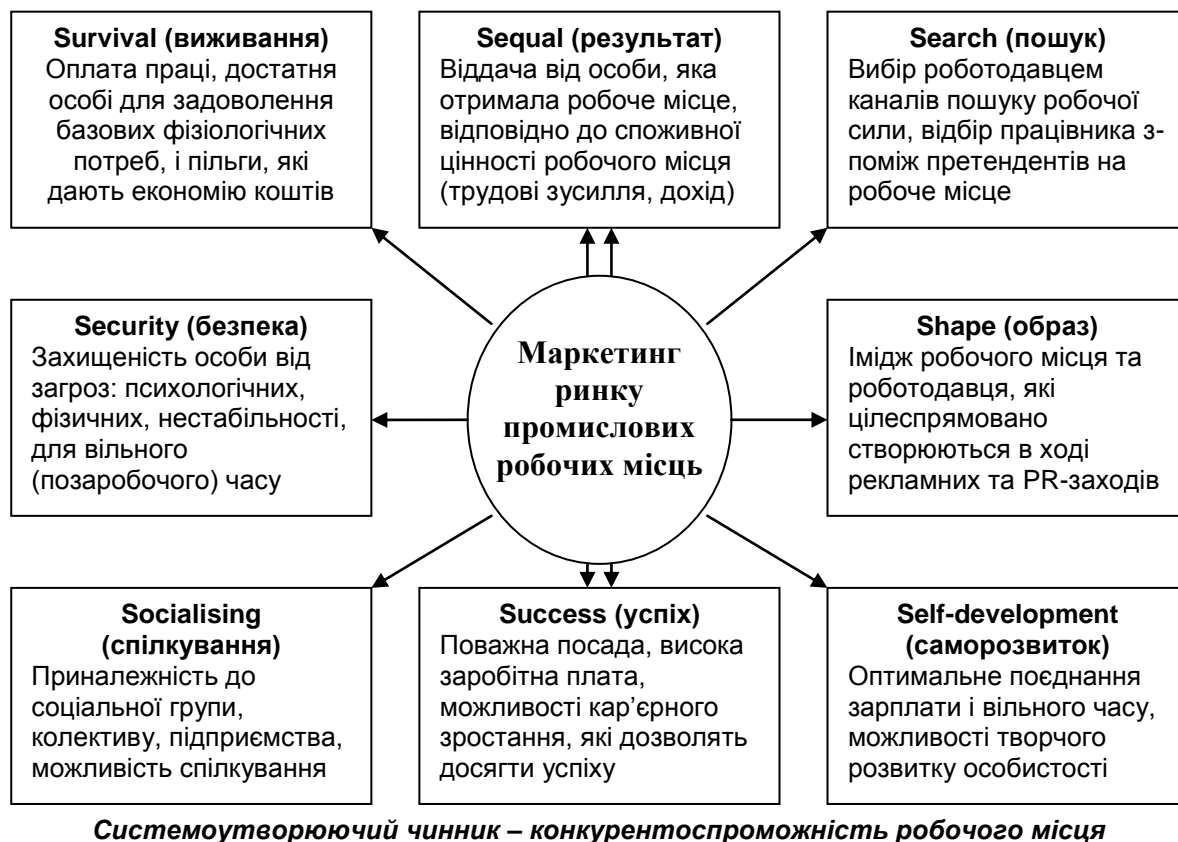


Рис. 1. Модель 8S для ринку промислових робочих місць

Зображена на рис. 1 модель базується на піраміді потреб А. Маслоу [10]. Привабливість робочого місця визначається наступними елементами (чинниками):

виживання (survival) – створення умов для задоволення базових фізіологічних (їжа, тепло, одяг тощо) потреб особи шляхом виплати достатньої для придбання відповідної продукції чи послуг заробітної плати та надання роботодавцем пільг (безоплатне житло) чи послуг (безоплатне харчування в

їдальні підприємства), які мінімізують грошові витрати працівника на задоволення таких потреб;

безпека (security) – відображає відсутність на робочому місці загроз:

- фізичних, зумовлених поганим станом охорони праці або важкими її умовами, високою інтенсивністю праці;
- психологічних, пов'язаних із вимогливістю керівництва та/або клієнтів, неприйнятними для особи трудовим колективом чи корпоративною культурою;
- для вільного часу особи, які можуть проявлятися у короткій відпустці, незручному графіку роботи, високій вірогідності понаднормової роботи;
- зумовлених нестабільністю умов зайнятості, а саме низькими гарантіями збереження робочого місця, перебоями у виплаті заробітної плати тощо;

спілкування (socialising) – задоволення почуття приналежності особи до певних соціальної групи, професії чи підприємства;

успіх (success) – забезпечення робочим місцем визнання успіху працівника оточуючими, що проявляється у задоволенні наступних потреб:

- у повазі, що відображається у визнанні стажу, наданні високої посади;
- у високій заробітній платі відповідно до досягнень, кваліфікації, досвіду, яка дозволяє купувати продукцію для дозвілля та підкреслення власного статусу;
- у кар'єрному та професійному зростанні, наслідком чого стане досягнення успіху у майбутньому;

саморозвиток (self-development) – забезпечення робочим місцем можливостей особистісного зростання людини (безоплатні абонементи до спорткомплексу чи путівка на відпочинок до зарубіжної країни).

Зазначені вище п'ять елементів моделі 8S є деталізованими характеристиками складової комплексу маркетингу «товар». Іншими складовими моделі, які є аналогами елементів моделі 4P «просування», «збут» та «ціна», виступають:

образ (shape) – імідж професії чи роботодавця як результат використання технологій просування (реклама професії чи підприємства, профорієнтаційні заходи і т.д.), що сприяє зростанню цінності робочого місця у свідомості особи;

пошук (search) – канали пошуку робочої сили для заповнення вакантних робочих місць, а також способи відбору працівників з-поміж претендентів на вакансію з урахуванням вимог роботодавця;

результат (sequal) – це трудові зусилля певної якості та обсягу, які очікує отримати від працівника роботодавець в обмін на робоче місце з певним рівнем задоволення потреб особи у виживанні, безпеці, спілкуванні, успіху та саморозвитку.

Співвідношення вимог роботодавця до працівника, які відображають «ціну» робочого місця (елементи моделі 8S «результат» та частково «пошук») і сукупності характеристик, які формують його споживну цінність (елементи «виживання», «безпека», «спілкування», «успіх», «саморозвиток», «образ») визначають конкурентоспроможність робочого місця. Складові моделі 8S відображають напрямки впливу держави та роботодавців на ринок робочих місць у промисловості з метою забезпечення зростання його привабливості для населення. Одночасно вони виступають напрямками маркетингових досліджень.

Практичне використання моделі 8S включає кількісний аналіз системоутворюючого чинника – конкурентоспроможності робочих місць в промисловості та інших галузях. Для цього автором застосовано таксономічний метод, який передбачає розрахунок таксономічної відстані від еталону [5]. Розрахунок здійснюється в три етапи.

Перший етап – стандартизація параметрів (формула 1):

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{\sigma_j} \quad (1)$$

де x_{ij} – значення j -го параметру i -го робочого місця;

\bar{x}_j - середньоарифметичне значення j -го параметру;

σ_j - це середньоквадратичне відхилення j -го параметру.

Для визначення середньоарифметичного значення j -го параметру робочих місць використовують формулу 2:

$$\bar{x}_j = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij}}{n} \quad (2)$$

де x_{ij} – значення j -го параметру i -го робочого місця;

n – кількість робочих місць, які порівнюються.

Розрахунок середньоквадратичного відхилення j -го параметру робочого місця визначається за формулою 3:

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_j)^2}{n}} \quad (3)$$

де x_{ij} – це значення j -го параметру i -го робочого місця;

\bar{x}_j - середньоарифметичне значення j -го параметру;

n – кількість робочих місць, які порівнюються.

Другий етап – відбір еталонних стандартизованих значень усіх параметрів по кожному робочому місці (найбільших – для стимуляторів, або параметрів, які свідчать про зростання привабливості робочого місця для працівника, і найменших – для дестимуляторів, тобто показників, які зменшують привабливість робочого місця).

Третій етап – розрахунок таксономічної відстані кожного робочого місця від еталону (формула 4):

$$R_i = \sum_{j=1}^n a_j (z_{ij} - z_{kj})^2 \quad (4)$$

де a_j – вагомість параметру j ;

z_{ij} – стандартизоване значення j -го параметру i -го робочого місця;

z_{kj} – еталонне стандартизоване значення j -го параметру.

Чим меншою буде таксономічна відстань від еталону, тим більш конкурентоспроможним являтиметься робоче місце.

Вихідні дані для аналізу конкурентоспроможності промислових робочих місць таксономічним методом взяті із статистичного збірника «Праця у 2013 році» [10, с. 44, 89, 140, 149, 174, 197, 244, 267] (таблиця 1):

Таксономічний аналіз конкурентоспроможності робочих місць в галузях економіки України

№ п/п	Показник	Значення показників конкурентоспроможності робочого місця по кожній галузі економіки, x_{ij}					
		Промисловість	Сільське, лісове та рибне господарство	Будівництво	Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	Тимчасове розміщування й організація харчування
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Середньомісячна заробітна плата у 2013 р., грн.	3763	2340	2702	3010	3589	2249
2.	Приріст реальної заробітної плати відносно попереднього року, %	8,19	12,18	7,39	11,32	5,19	9,44
3.	Частка працівників, які отримували офіційну заробітну плату в грудні 2013 р. в розмірі, вищому за 3000 грн., %	54,50	24,60	34,20	24,10	52,80	20,30
4.	Приріст середньооблікової кількості штатних працівників відносно попереднього року, %	-4,67	-11,88	-11,41	-6,85	-2,06	-0,92
5.	Середня тривалість відпустки одного працівника, годин	173	153	152	123	160	138
6.	Невідповідність робочих місць вимогам санітарно-гігієнічних умов праці, бали	1	5	3	5	3	5
7.	Розмір заборгованості із виплати заробітної плати у розрахунку на одного працівника, тис. грн.	0,13	0,05	0,21	0,02	0,26	0,01
8.	Кількість працівників, які знаходились у відпустках без збереження заробітної плати (на період припинення робіт), у % до середньооблікової кількості штатних працівників	2,30	0,60	5,60	0,30	0,50	2,10
9.	Кількість працівників, які переведені з економічних причин на неповний робочий день (тиждень)	14,20	5,50	20,20	2,60	27,40	6,30
10.	Звільнення працівників через скорочення штатів, у % до середньооблікової кількості штатних працівників	2,10	1,50	1,50	0,80	2,50	1,20

Продовж. табл. 1.

	Значення показників конкурентоспроможності робочого місця по кожній галузі економіки, x_{ij}									
	Інформація та телекомунікації	Фінансова та страхова діяльність	Операції з нерухомим майном	Професійна, наукова та технічна діяльність	Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	Освіта	Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	Надання інших видів послуг
	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.	4599	6275	2757	4465	2527	3702	2700	2367	3286	2707
2.	7,30	4,37	17,02	5,01	3,99	8,40	6,72	7,49	13,86	3,40
3.	48,10	66,80	27,90	54,00	24,60	62,10	36,60	27,40	38,90	23,40
4.	-1,08	-2,14	-19,51	-3,63	0,85	-0,51	-1,50	0,84	-11,56	-6,00
5.	149	129	138	162	140	183	197	176	164	147
6.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7.	0,01	0,01	0,26	0,28	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08
8.	0,10	0,00	0,60	0,60	0,10	0,00	0,00	0,10	0,10	0,50
9.	4,10	0,20	6,70	9,30	5,40	0,20	0,10	0,80	0,50	5,90
10.	1,50	2,70	1,50	1,60	1,90	5,20	0,60	5,10	0,30	2,10

В табл. 1 показники приросту реальної заробітної плати відносно попереднього року, частки працівників, які отримували офіційну заробітну плату у розмірі, вищому за 3000 грн., приросту середньооблікової кількості штатних працівників відносно попереднього року, розміру заборгованості із виплати заробітної плати у розрахунку на одного працівника розраховано за даними цього ж збірника. Показник невідповідності робочих місць вимогам санітарно-гігієнічних умов праці визначався у балах за наступною шкалою:

Кількість працівників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, у % до облікової кількості штатних працівників	8,7-14,12	14,13-19,54	19,55-24,96	24,97-30,38	30,39-35,8
Бали	5	4	3	2	1

8,7 % - найнижче значення показника у 2013 (сільське господарство), а 35,8 % – найвище за той же період (промисловість). Бальну шкалу використано по тій причині, що офіційна статистика наводить значення досліджуваного показника виключно по промисловості по галузям, сільському господарству, будівництву та галузі «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність». Всі інші галузі характеризуються кращим значенням відповідного показника, і тому вони державною статистикою не враховуються. Тому відповідні галузі, як і сільське господарство, отримують по 5 балів.

Результати аналізу таксономічним методом для робочих місць для промисловості та інших галузей економіки зазначено у табл. 2:

Таблиця 2.

Таксономічна відстань від еталону як показник конкурентоспроможності для робочих місць промисловості та інших галузей економіки в 2013 р.

Галузь економіки	Таксономічна відстань	Ранг
1	2	3
Промисловість	34,85	9
Сільське, лісове та рибне господарство	33,81	7
Будівництво	60,78	16
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	34,78	8
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	44,56	14
Тимчасове розміщування й організація харчування	39,03	10

Продовження табл. 2.6.

1	2	3
Інформація та телекомунікації	17,29	1
Фінансова та страхова діяльність	25,81	5
Операції з нерухомим майном	45,69	15
Професійна, наукова та технічна діяльність	26,41	6
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	41,37	12
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	24,08	4
Освіта	22,52	3
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	39,24	11
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	19,05	2
Надання інших видів послуг	42,33	13

В табл. 2 проведено ранжування таксономічної відстані від еталону для всіх галузей, причому ранг 1 ставився найкращому значенню, а саме найменшому. Відповідно, найпривабливіші робочі місця характерні для галузей, пов'язаних із сферою послуг: інформація і телекомунікації, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, освіта, державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування. Найменш привабливими є робочі місця в галузях будівництва, операцій з нерухомим майном, транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності.

За рівнем привабливості робочих місць промисловість знаходиться рівно посередині і займає 9 місце. З табл. 1 можна визначити, що у 2013 р. з 16 можливих позицій промисловість займала по показникам:

середньомісячна заробітна плата у 2013 р., грн. – 4 місце;

приріст реальної заробітної плати відносно попереднього року, % - 7 місце;

частка працівників, які отримували офіційну заробітну плату в грудні 2013 р. в розмірі, вищому за 3000 грн., % - 3 місце;

приріст середньооблікової кількості штатних працівників відносно попереднього року, % - 10 місце;

середня тривалість відпустки одного працівника, годин – 4 місце;

невідповідність робочих місць вимогам санітарно-гігієнічних умов праці, бали – 5 місце з 5 можливих;

розмір заборгованості із виплати заробітної плати у розрахунку на одного працівника, тис. грн. – 12 місце;

кількість працівників, які знаходились у відпустках без збереження заробітної плати (на період припинення робіт), у % до середньооблікової кількості штатних працівників – 15 місце;

кількість працівників, які переведені з економічних причин на неповний робочий день (тиждень) – 14 місце;

звільнення працівників через скорочення штатів, у % до середньооблікової кількості штатних працівників – 11 місце.

Як видно, найгіршими є останні п'ять показників. Всі вони знаходяться в межах елемента моделі 8S «безпека» (security), який, зокрема, визначає безпечність робочого місця для життя і здоров'я працівника, гарантії виплати заробітної плати та зайнятості. Почуття фізичної та психологічної небезпеки, невпевненість у майбутньому робітників зумовлюють зниження конкурентоспроможності робочих місць у промисловості, і навіть зростання заробітної плати не може нейтралізувати негативний вплив цих чинників.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таксономічний аналіз конкурентоспроможності робочих місць у промисловості показав, що головним чинником зниження їх привабливості являється погана ситуація по елементу моделі 8S «безпека», що проявляється у низькому рівні охорони праці, нестабільних умовах зайнятості, складному психологічному кліматі на промислових підприємствах. Державна політика, спрямована на подолання дефіциту робітничих кадрів, має забезпечити зростання цінності кожного працівника на підприємстві, що проявлятиметься не тільки у збільшенні розміру оплати праці, але й у покращенні елемента «безпека» на ринку промислових робочих місць.

Список джерел

1. Ахромкін, Є.М. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ринку праці в Україні [Текст] / Є.М. Ахромкін // Культура народів Причорномор'я. — 2011. — № 218. — С. 10-13.
2. Багрова, І. В. Соціально-економічні проблеми ринку праці [Текст] / І. В. Багрова // Всеукраїнська науково-практична конференція «Науково-методичні підходи до викладання управлінських дисциплін в контексті вимог ринку праці», м. Дніпропетровськ, 11-12 квітня 2013 р. - Т.1 - С. 43-46.
3. Бандур, С. І. Про відповідність підготовки кадрів вимогам інноваційної моделі розвитку економіки: стан, проблеми, перспективи та шляхи забезпечення [Текст] / С. І. Бандур, В. Т. Пухлій // Зайнятість та ринок праці. — 2008. - №22. — С. 5-15.
4. Гурманчук, А. З. Маркетинг ринку праці : актуальність, проблеми [Текст] / А. З. Гурманчук // Сучасні проблеми маркетингу ринку праці: матеріали наук. пр. міжнар. наук.-практ. конф. (25 жовт. 2012 р., м. Київ) / Ін-т підготов. кадрів держ. служби зайнятості України ; упоряд. : О. Ю. Вілкова, Л. Г. Новаш, М. В. Судакова. - К. : ІПК ДСЗУ, 2012. - 234 с.
5. Литвинова, В. А. Таксономический анализ как метод оценки конкурентоспособности продукции [Электронный ресурс] / А. В. Литвинова . — Режим доступа: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2019>
6. Маслоу, А. Мотивация и личность [Текст] / А. Маслоу. 3-е изд. Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2008. — 352 с.
7. Мельник, Ю.М. Маркетинг на ринку праці [Текст] / Ю.М. Мельник, М.В. Фоміна // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-річчю наукової діяльності ф-ту економіки та менеджменту СумДУ, м. Суми, 3-5 квітня 2012 р. / Відп. за вип. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2012. — Т.5. — С. 69-70.
8. Николаев, А. М. Организация процесса принятия управленческих решений в системе маркетинга промышленных предприятий [Текст] / А. М. Николаев //

Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. – 2009. – Т.9, вып. 4. – С. 84-89.

9. Павлова, Н. Н. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товара [Текст] / Н. Н. Павлова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. - №1(39). – С. 82-89.

10. Праця України у 2012 році [Текст] : статистичний збірник / Держ. служба статистики України / І. В. Сенік (відп. за випуск). – К: Держ. служба статистики України, 2013. – 336 с.

11. Сардак, О. В. Еластичність попиту в архітектурі маркетингових досліджень ринку праці [Текст] / О. В. Сардак // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер. : Економіка і менеджмент, 2012. Т.1. - С. 128-138.

12. Хатунцев, А.Н. Маркетинговые исследования рынка профессиональных знаний и навыков: карьерное планирование [Текст] / А.Н. Хатунцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003 - № 1. - С. 42-59.