

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ РИНКУ ПРАЦІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

© Семенишин В.О., 2013

**Проаналізовано особливості функціонування комунікаційної системи ринку праці в економіці України. Зокрема, виділено суб'єкти комунікаційної системи ринку праці, а також основні комунікаційні процеси, які відбуваються на такому ринку.**

**Ключові слова:** комунікації, ринок праці, комунікаційна система ринку праці.

V. Semenyshyn

Ivan Franko National University of Lviv

## PECULIARITIES OF LABOUR MARKET COMMUNICATION SYSTEM FUNCTIONING IN UKRAINIAN ECONOMY

© Semenyshyn V., 2013

**In the article peculiarities of communication system of labor market functioning in Ukrainian economy are analyzed. In particular, subjects of labor market communication system are identified. In addition the basic communication processes on such type of market are determined.**

**Key words:** communications, labor market, communication system of labor market.

**Постановка проблеми.** Необхідно підкреслити, що ефективне функціонування ринку праці у певній сфері економіки тісно пов'язане із якістю комунікацій на ньому. Одночасно якість комунікацій значною мірою визначається здатністю суб'єктів такого процесу забезпечити ефективну передачу інформації. Як бачимо, проблеми комунікацій та управління комунікаціями на ринку праці України залишаються фактично невіршеними, потребують ґрунтового дослідження, а також розроблення новітніх методів державного управління, які дадуть змогу підвищити ефективність передавання інформації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Зазначимо, що проблемам комунікацій присвячені дослідження багатьох авторів, а саме: питаннями комунікацій займалися В. Бебик [1], О. Гірняк, П. Лазановський [2], М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі [3], Л. Жданова [4], Р. Пушкар, В. Тарнавська [5], О. Кузьмін, О. Мельник [6], Дж. Лейхіф, Дж. Пенроуз [7], С. Сибіряков [8], Н. Шпак [9] та ін.

Одночасно велика кількість авторів досліджували проблеми функціонування ринку праці як в Україні, так і за її межами. Зокрема, такими дослідженнями займалися О. Волкова [10], Г. Абрамчик, Л. Степаненко, Г. Белякова [11], З. Бараник [12], О. Бородіна [13], І. Бушмарін [14] та ін.

Одночасно сьогодні досліджень, які описували б особливості функціонування системи комунікування на ринку праці, в економіці України не представлено.

**Формулювання цілей статті.** Мета роботи – проаналізувати комунікаційну систему ринку праці в економіці України, а також ідентифікувати основні суб'єкти та процеси передачі інформації на такому ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Розуміння сутності комунікаційної системи на ринку праці в економіці України дасть чітке уявлення про взаємодію усіх суб'єктів, які беруть участь у комунікаційних процесах, про взаємопов'язаність видів комунікаційних процесів. Крім того, аналізування комунікаційних процесів на ринку праці дасть змогу сформувати інформаційну базу для управління останніми.

На загал, згідно з [6, с. 328], система – це сукупність взаємопов'язаних елементів, які взаємодіють між собою. Відповідно взаємопов'язаний набір комунікацій або комунікаційних процесів формує комунікаційну систему.

Враховуючи загально визначене поняття “система”, комунікаційна система ринку праці в економіці України складається із суб'єктів комунікаційних процесів, набору комунікацій (комунікаційних процесів) та каналів комунікацій.

Отже, на ринку праці комунікаційна система – це увесь спектр пов'язаних та непов'язаних між собою передач інформації, який відбувається на такому ринку. Із зазначеного можна зробити висновок, що фактично комунікаційна система може трактуватися як набір комунікацій, що відбуваються на ринку праці [6].

Для успішного дослідження комунікаційної системи ринку праці в економіці України необхідним є розуміння самого поняття “ринок праці”. Чітке визначення такого поняття дасть змогу виявити основні суб'єкти ринку праці України, які в контексті цього дослідження будуть суб'єктами комунікаційних процесів.

Згідно з [15], ринок праці – це сфера формування попиту і пропозиції на трудові ресурси, через який здійснюється продаж та купівля робочої сили на визначений термін. Ринок праці має вплив на усі сфери економіки. Ринок праці також може визначатись як ринок одного з чинників виробництва, де наймані працівники пропонують свою працю, а підприємства – виробники товарів та послуг (працедавці) їх купують. На ринку праці формується ціна праці, ставка заробітної плати, обсяг використання праці та терміни трудових угод.

У [10, с. 14] ринок праці визначається як система обміну індивідуальних здібностей до праці на набір життєвих цінностей, необхідних для відтворення найманих працівників.

Крім того, в [16, с. 51] зазначається, що ринок праці – це набір суспільних відносин, які регулюють рух найманих працівників за допомогою використання певних соціальних, економічних, комунікаційних та організаційних методів.

З погляду на це дослідження останнє визначення є найповнішим, оскільки у ньому наголошується на тому, що рух найманих працівників відбувається через застосування певних засобів. Необхідно підкреслити, що комунікації є засобом, який уможливорює поширювати інформацію про попит та пропозицію на найманих працівників. Відповідно стимулювання комунікацій та правильне управління ними дасть змогу покращити саме функціонування ринку праці. Отже, управління комунікаційним процесом у контексті цього дослідження повинно розглядатися не як самоціль, а як засіб підвищення ефективності функціонування ринку праці в економіці України.

Враховуючи наведені визначення ринку праці, основними його суб'єктами є наймані працівники та підприємства. Одночасно, розглядаючи ринок праці як набір комунікаційних процесів, перелік суб'єктів, які беруть участь в передачі інформації, буде розширений за рахунок інших учасників. На основі аналізу літературних джерел [10–14] та проблем функціонування ринків праці в економіці України нижче наведено логічне обґрунтування участі різних суб'єктів в передачі інформації від підприємств до працівників, і навпаки.

Підкреслимо, що основою ефективного комунікаційного процесу на ринку праці є передача інформації від підприємства до потенційного працівника щодо заповнення вільних вакансій та від потенційного працівника до підприємства щодо пошуку роботи. Така передача інформації може здійснюватись як напрям “від підприємства до потенційного працівника” та “від потенційного працівника до підприємства”, так і через посередника. Такими посередниками можуть бути рекрутингові агенції, кадрові агенції та Державна служба зайнятості України, які виконують одночасно функції рекрутингових та кадрових агенцій. За прямої передачі інформації (“безпосередньо від підприємства до працівника” та “безпосередньо від працівника до підприємства”) відбувається простий комунікаційний процес. Одночасно під час передачі інформації від підприємства до

потенційного працівника через посередника (рекрутингові агенції, кадрові агенції та Державна служба зайнятості України) комунікаційний процес ускладнюється і складається із двох частин, а саме: трансферу інформації “від підприємства до рекрутингово агентства” та “трансферу інформації від рекрутингового агентства до потенційного працівника”.

Враховуючи наведене у [10; 16] та аналіз практики діяльності ринків праці України, їхня комунікаційна система включатиме багато суб'єктів (передавачів та отримувачів інформації), а саме:

- підприємства, які передають інформацію щодо вільних вакансій та збирають інформацію щодо можливості їх заповнення;
- Державна служба зайнятості України, яка передає інформацію про вільні вакансії потенційним працівникам та збирає інформацію про вільні трудові ресурси, що з'являються на ринку праці. Слід підкреслити, що Державна служба зайнятості України одночасно виконує функції рекрутингового агентства та кадрової агенції. Відмінність діяльності Державної служби зайнятості та кадрових і рейтингових агенцій полягає у тому, що перша надає свої послуги із працевлаштування безплатно;
- рекрутингові агенції, які здійснюють передачу інформації про вільні робочі місця для підприємств;
- кадрові агенції, які здійснюють передачу інформації підприємствам згідно із замовленням своїх клієнтів (працівників, які займаються пошуком вільних робочих місць з метою працевлаштування). Згідно із новими законодавчими положеннями [17], прийнятими у 2012 р., кадрові агенції втрачають право отримувати плату за послуги, пов'язані із пошуком роботи для потенційних працівників, і відповідно їхній вплив на ринку праці України істотно послаблюється;
- потенційні працівники, які здійснюють пошук вільних робочих місць з метою працевлаштування;
- навчальні заклади I, II, III та IV рівнів акредитації, які здійснюють підготовку та постачання кадрів для ринку праці.

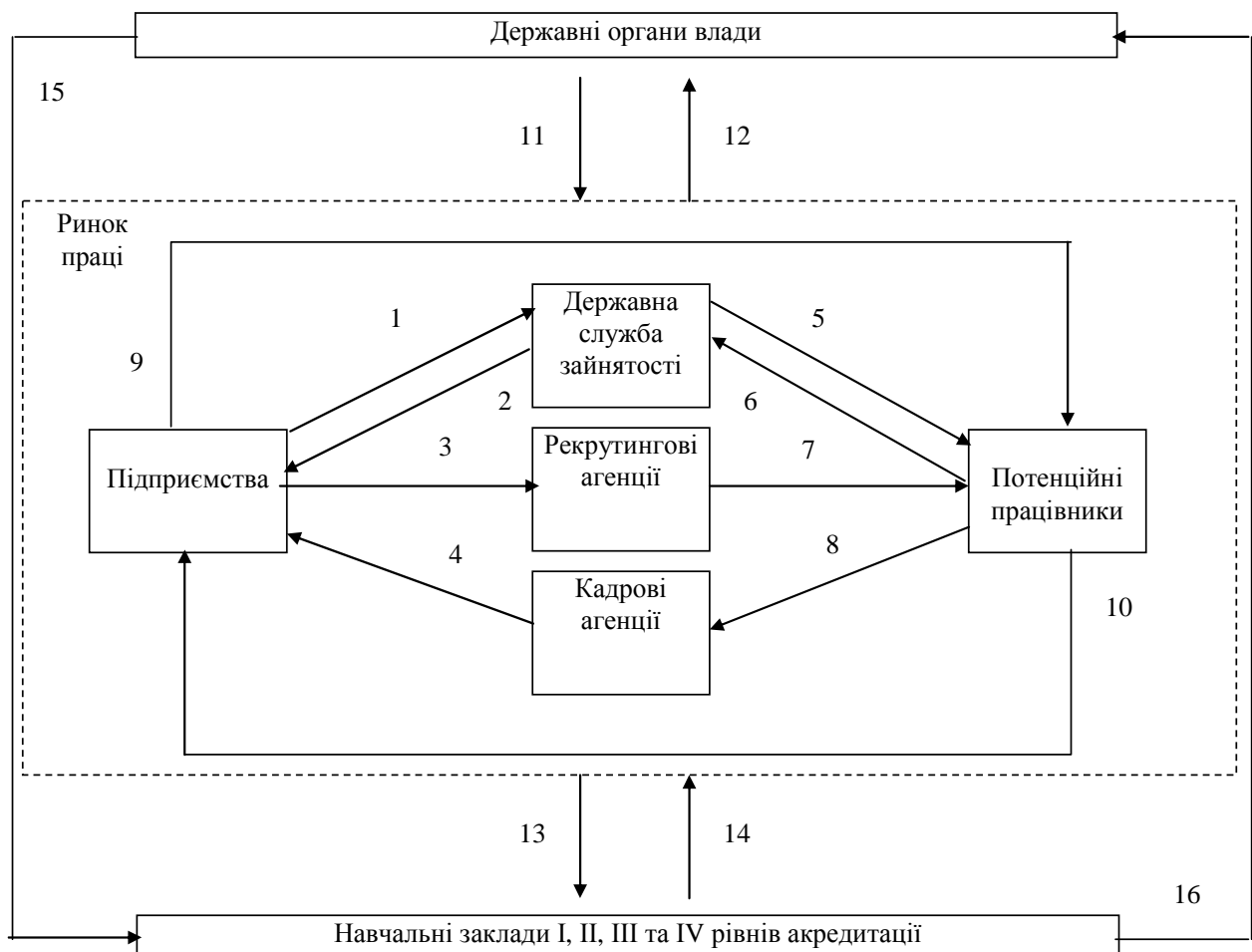
На рисунку показано комунікаційну систему ринку праці України.

З цього рисунка можна зробити висновок, що інформація щодо вільних робочих місць та пошуку вакансій може передаватися від підприємства до потенційного працівника як напряму, так і через рекрутингові агентства та Державну службу зайнятості України.

Аналогічно від потенційного працівника до підприємства інформація може передаватися як напряму, так і через кадрові агенції та Державну службу зайнятості України.

На основі вивчення практики роботи ринку IT-послуг можна зробити висновок, що між наведеними суб'єктами на ринку праці України спостерігаються такі основні види комунікаційних процесів (рисунок):

1. Передача інформації від підприємства до Державної служби зайнятості з метою інформування про вільні робочі місця на підприємстві.
2. Передача інформації від Державної служби зайнятості до підприємства з метою інформування про працівників, які здійснюють пошук роботи.
3. Передача інформації від підприємства до рекрутингової агенції з метою інформації про вільні робочі місця.
4. Передача інформації від кадрової агенції до підприємства з метою інформування про наявні на ринку людські ресурси, які здійснюють пошук роботи;
5. Передача інформації від Державної служби зайнятості України до потенційних працівників з метою інформування про можливе працевлаштування.
6. Передача інформації від потенційних працівників до Державної служби зайнятості України з метою інформування про кваліфікацію та види робіт, на які претендують перші.
7. Передача інформації від рекрутингових агенцій до працівників з метою інформування про вільні робочі місця на ринку праці.
8. Передача інформації від працівників до кадрових агенцій з метою інформування про кваліфікації та види робіт, на які претендують перші.



Комунікаційна система ринку праці в економіці України\*

\* Сформовано за [3; 4; 10; 14].

\*\* —————> – види комунікаційних процесів, які існують на ринку праці України.

9. Передача інформації від підприємств до потенційних працівників щодо вакансій, які відкриваються у перших.

10. Передача інформації від потенційних працівників до підприємства з метою інформування про свою кваліфікацію.

11. Передача інформації від державних органів влади до суб'єктів комунікацій на ринку праці України щодо нових особливостей регулювання їх діяльності. Наприклад, інформування суб'єктів комунікацій на ринку праці України про фактичне (непряме) закриття кадрових агенцій.

12. Передача інформації від суб'єктів комунікаційної системи ринку праці до державних органів влади щодо особливостей своєї діяльності. Така передача може мати обов'язковий характер. Наприклад, збір державними органами влади статистичної інформації про діяльність суб'єктів комунікаційних процесів ринку праці України.

13. Передача інформації від ринку праці до навчальних закладів I, II, III та IV рівнів акредитації про потребу у працівниках із певним набором та рівнем компетенцій, а також про можливості щодо працевлаштування.

14. Передача інформації від навчальних закладів I, II, III та IV рівнів акредитації (через відділи працевлаштування) про наявність підготовлених працівників.

15. Передача інформації від державних органів влади (зокрема, через Міністерство освіти і науки України) до навчальних закладів I, II, III та IV рівнів акредитації про пріоритети у підготовці працівників та про державне замовлення.

16. Передача інформації від навчальних закладів I, II, III та IV рівнів акредитації до державних органів влади про кількість та компетенції підготовлених фахівців.

**Висновки.** Загальний вигляд комунікаційної системи ринку праці в економіці України дасть змогу сформуванню основні засади управління нею. Крім того, розуміння особливостей функціонування такої системи дасть можливість розробити основні методи державного регулювання, які сприятимуть підвищенню ефективності функціонування такої системи.

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент: підруч. для студ. вищих закладів освіти / О.М. Гірняк, П.П. Лазановський. – 5-те вид., перероб. і доп. – Львів: Магнолія плюс, 2006. – 352 с.
3. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: “Дело ЛТД”, 1995. – 704 с.
4. Жданова Л.А. Организация и управление капиталистической фирмой: учеб. – М.: Изд-во УДН, 1987. – С. 69–75.
5. Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика: підруч. / Р.М. Пушкар, Н.П. Тарнавська. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Карт-блани, 2003. – 490 с.
6. Кузьмін О.Є., Мельник О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навч. посіб. – 2-ге вид., доп. і перероб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка” (Інформаційно-видавничий центр “ІНТЕЛЕКТ+” Інституту післядипломної освіти), “Інтелект-Захід”, 2003. – 352 с.
7. Лэйхифф Дж.М., Пенроуз Дж.М. Бизнес-коммуникации / Дж.М. Лэйхифф, Дж.М. Пенроуз. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
8. Сибиряков С.О. Комунікативні практики у державному управлінні в контексті розвитку інформаційного суспільства / С. Сибиряков // Публічне управління: теорія та практика: зб. наук. пр. Асоціації докторів наук з державного управління. – Х.: Вид-во “ДокНаукаДержУпр”, 2010. – Вип. № 3–4. – С. 112–119.
9. Шпак Н.О. Основы комунікаційного менеджменту промислових підприємств / Н. Шпак. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 328 с.
10. Волкова О. Ринок праці / О. Волкова. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 624 с.
11. Абрамчик Г., Степаненко Л., Белякова Г. Рынок труда: современные тенденции и проблемы регулирования: монография / Г. Абрамчик, Л. Степаненко, Г. Белякова. – Красноярск: Сибирский государственный технологический университет, 2001. – 92 с.
12. Бараник З. Статистика ринку праці / З. Бараник. – К.: КНЕУ, 2003. – 147 с.
13. Бородіна О. Людський капітал на селі: наукові основи, стан, проблеми розвитку / О. Бородіна. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 277 с.
14. Бушмарин И. Трудовые ресурсы в экономике России и Запада / И. Бушмарин. – М.: “Эпицентр”, 1998. – 190 с.
15. Ринок праці. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу. [http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%BD%D0%BE%D0%BA\\_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96)
16. Хаффнер Ф. Ринок праці та державна політика щодо стимулювання зайнятості та підтримки безробітних: німецький досвід / Ф. Хаффнер // Міжвід. наук. зб. “Зайнятість та ринок праці”. – Вип. 3. – К.: АТ “Українська видавнича група”, 1995. – С. 51–59.
17. Закон України “Про зайнятість населення” від 05.07.2012 р. № 5067-VI / Верховна Рада України. – Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.