Хоча запропонована послідовність може бути предметом дискусії, але міркування є слушними. Ступінь стандартизації елементів у різних корпораціях залежить від багатьох чинників, а передусім від галузі та марки, а також від специфічних концепцій вищого керівництва. У галузях з високою вибірковістю товару початковим пунктом стратегії марки є її позиціонування. Своєю чергою, це не означає, що ця марка позиціонується однаково у різних країнах.

Розвиток реклами по телебаченню і в Інтернеті приводить до того, що глобальні фірми все більше консолідують свої витрати на рекламу у світовому масштабі і переносять більшу частину коштів або кошти в цілому на міжнародні агентства з добре розвиненою світовою мережею. Ці заходи трактуються головним чином як метод зниження коштів і збільшення контролю.

1. Келлер К.Л. Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. Prentice hall. New Jersey, 1998. 2. Барвайс П., Робертсон Т. Brand Portfolios / European Management Journal. 1992.10(3). S.277–285. 3. Kappaport C. Nestle Brand Building Machine / Fortune (September 19, 1994). S.147-156. 4. Лоурене Дж., Мюссе Д. Accelerates International Pace / Advertising Age (March. 21, 1994). S. 1–3. 5. Левітт Т. The Globalization of Marketing / Harvard Business Review (May-June 1983). S. 92–102. 6. Домзаш Т., Унгер Л. Emerging Positioning Strategies in Global marketing / Journal of Consumer Marketing. 1987. № 4. 7. Фанін Ф.What agencies Really Think of Global Theory / Marketing & media Decision (December 1984). S. 74–82.

УДК 331.5+339.13

В.П. Антонюк
Донецький інститут підприємництва

МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ПРАЦІ ТА ПІДГОТОВКА СПЕЦІАЛІСТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРА

© Антонюк В.П., 2001

Обґрунтована необхідність маркетингових досліджень ринку праці, на основі чого можна ефективніше взаємоузгодити інтереси усіх його суб'єктів. Особливу увагу приділено підготовці необхідних фахівців для підприємництва.

The necessity of marketing researches labour market is substantiated in the article, on what basis of which one can combine interests of all its subjects more effectively. Specialist attention is given to the necessity of specialists preparation for business undertakings.

На сучасному етапі найважливішим чинником розвитку економіки будь-якої країни є її трудовий потенціал. Структурна, кількісна і якісна відповідність робочої сили потребам підприємницького сектора, ефективність її використання, мотивація до праці та цільові установки робітників – усе це має надзвичайно важливе значення для економічного зростання. Необхідне ефективне функціонування одного з найважливіших ресурсних ринків – ринку праці.

В Україні на ринку праці виникли великі проблеми:

– упродовж тривалого часу існує масове відкрите та приховане безробіття;

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

– кваліфікаційна структура робочої сили не відповідає потребам підприємницького сектора;

– склалась низька кваліфікація робочої сили, низька культура праці, трудова і технологічна дисципліна;

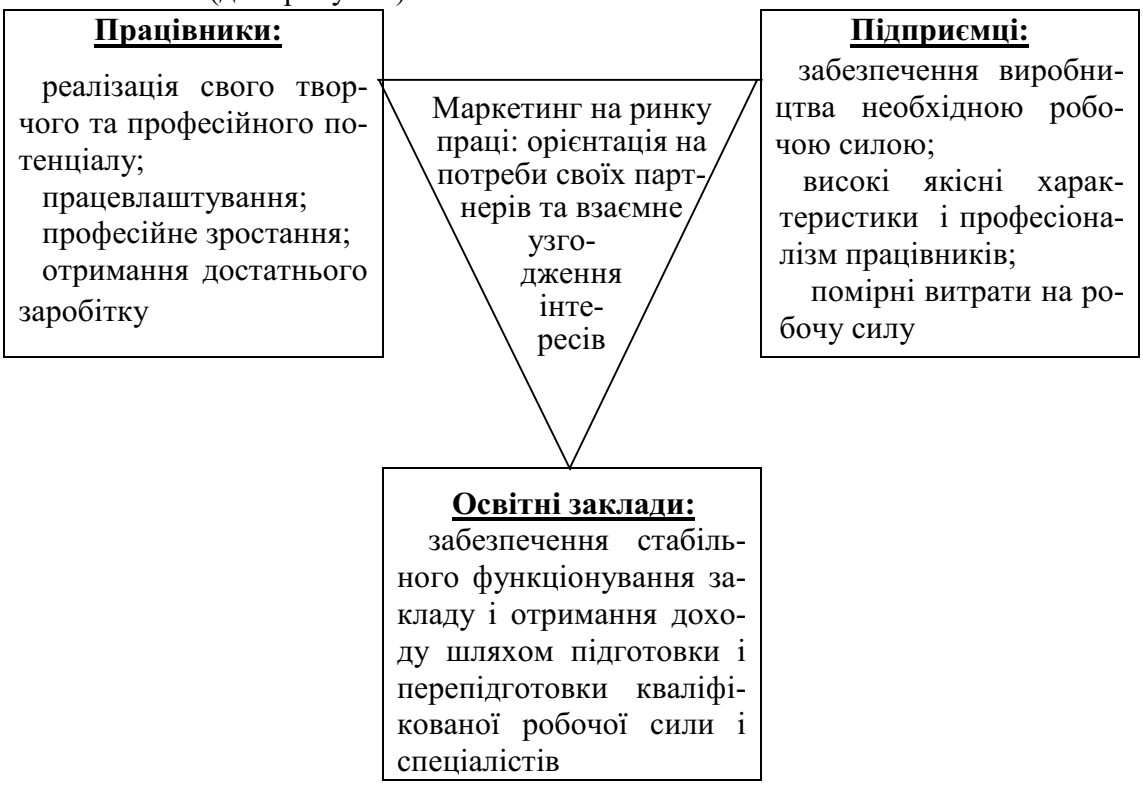
– сформувалась низька мотивація робітників до праці, до професійного зростання та підвищення свого суспільного статусу.

Ці моменти знижують ефективність національного виробництва та стримують економічне зростання. Вирішити значною мірою проблеми ринку праці може комплексне та всебічне маркетингове дослідження суб'єктів, їх інтересів та процесів, що там відбуваються.

Спеціалісти з маркетингу визначають маркетинг як діяльність господарських суб'єктів, орієнтовану на потреби клієнтів, підвищення їх споживацького задоволення, в процесі якої реалізуються цілі самого виробника. На ринку праці діють три групи суб'єктів-виробників:

1) працівники, які створюють робочу силу і пропонують її виробництву;
2) підприємці-роботодавці, які створюють робочі місця;
3) освітні заклади, що формують кваліфіковані кадри, спеціалісти і виступають своєрідним виробничим посередником між населенням і підприємцями.

Кожен із цих суб'єктів переважно діє автономно, виходячи із своїх інтересів, мало вникаючи в потреби та інтереси своїх партнерів. Маркетинг на ринку праці має сприяти формуванню нових відносин між ними, націленості кожного суб'єкта передусім на потреби своїх споживачів (див. рисунок).



Інтереси суб'єктів ринку праці та їх узгодження за допомогою маркетингу

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Формування нових відносин неможливе без маркетингових досліджень та широкого висвітлення їх результатів в засобах масової інформації. Ці дослідження мають висвітлити ряд питань:

– які вимоги до робочої сили ставить сучасне виробництво;

– які сучасні вимоги до освітнього рівня та кваліфікації робітників;

– яка динаміка розвитку структури суспільного виробництва в короткотерміновому та довготерміновому періодах;

– які сподівання мають працівники, виходячи на ринок праці;

– як враховуються сподівання, інтереси, потреби працівників в процесі використання робочої сили, як це впливає на продуктивність праці;

– чи забезпечують освітні заклади кількісну та якісну підготовку необхідних фахівців для економіки тощо.

Такі маркетингові дослідження повинні проводитися на високому професійному рівні і їх могли б здійснювати центри зайнятості, освітні заклади та різноманітні консультаційні центри, які мають відношення до ринку праці.

Особливе місце в маркетингу на ринку праці мають вузи. Готуючи фахівців для виробництва, вони мають бути добре обізнаними з сьогоднішніми та завтрашніми потребами суспільства в робочій силі, знати основні закономірності та тенденції розвитку попиту на ринку праці. Дослідження ринку праці показує, що існують світові тенденції його розвитку, хоч вони ще не повною мірою проявилися в Україні.

По-перше, структурні та технологічні зміни у виробництві скоротили потреби економіки в працівниках та спеціалістах індустріального типу: інженерних кадрах, верстатниках тощо.

По-друге, виробництво відмовляється від вузького розподілу праці розширюючи функції працівників, що зумовлено як технологічними пиричинами (неможливістю розділити певний технологічний процес на окремі операції), так і соціально-економічними – прагненням за рахунок збагачення праці, відмови від жорсткої Тейлорівської системи організації праці підвищити продуктивність працівників [1].

По-третє, відбувається безперервний процес інтелектуалізації та інформатизації виробничої діяльності, що потребує високого рівня освіти працівників усіх категорій та їх здатності ефективно використовувати комп'ютерну техніку. Сьогодні в розвинених країнах 1/3 робочих місць потребує вищої освіти (16 років) та ще 1/3 – неповної вищої освіти (14 років) [2].

По-четверте, відбувається досить швидкий процес морального старіння знань і професій, що потребує від працівників здатності самостійно і безперервно оновлювати свої знання, бути готовими до освоєння нових професій. Спеціалісти вважають, що молодь, яка сьогодні вступає в трудову діяльність, буде змушена не менше 3 разів змінювати свою професію.

По-п’яте, структурні зрушення в економіці відбуваються в бік інтенсивного розвитку сфери обслуговування; відбувається зростання зайнятості саме тут за рахунок скороченя її в промисловості, сільскому господарстві, будівництві. У розвинених країнах в сфері послуг зайнято від 45% до 70% робочої сили, ця галузь створює в два рази більше додаткової вартості, ніж вся матеріальна сфера [2, 3]. Однак у сфері послуг домінують дрібні та дуже дрібні підприємства, що зумовлює специфічні вимоги до робочої сили.

По-шосте, відбувається інтеграція виробничих та управлінських функцій на операційному та середньому рівні організаційної структури виробництва. Працівнику приходиться все більше виконувати функції управління, приймати самостійні рішення, виходячи з оцінки конкретної ситуації.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Маркетингові дослідження розвитку економіки та ринку праці в Україні у другій половині 90-х років дали змогу виявити такі особливості:

- ✓ більшість новостворених приватних підприємств являють собою невеликі за розмірами фірми, в яких спеціалісти повинні виконувати ряд споріднених функцій і мати більш широку професійну підготовку;
- ✓ найбільш інтенсивно сьогодні розвивається ринкова інфраструктура: банки, страхові компанії, інвестиційні фонди, біржі нерухомості тощо. Вони потребують спеціалістів економічного та правового профілю, які б добре знались на ринковому механізмі: маркетологів, фінансистів, менеджерів, експертів з продажу, юристів у сфері господарського права тощо;
- ✓ традиційне промислове виробництво потребує спеціалістів технічного профілю, добре обізнаних з новітніми технологіями, новими системами організації виробництва, а також менеджерів, здатних працювати в умовах ризику.

За останні роки освітні заклади та вузи України пристосовуються до потреб ринку праці, впроваджують підготовку фахівців за новими напрямками, спеціальностями, спеціалізаціями. Але їхня діяльність не повністю відповідає потребам ринку.

Аналіз підготовки фахівців вищими закладами освіти 3 – 4 рівня акредитації в Донецькій області свідчить, що переважають традиційні професійні спрямування. Структура підготовки спеціалістів у 24 вузах Донецької області така: 45% студентів вчаться на спеціальностях освітнього профілю, 38% – технічного, 6% – економічного, 5% – правознавчого, 6% – іншого профілю.

Аналіз заявлених в спеціальних періодичних виданнях вакансій, для яких необхідні спеціалісти (газети “Деловой Донбасс”, “Курьер” та ін.), показує, що на ринку праці попит на фахівців має іншу структуру. Для вересня–жовтня 2000 р. він показаний у таблиці.

Попит на фахівців на регіональному ринку праці Донецької обл. у вересні–жовтні 2000 р.

Групи фахівців	В % до загальної кількості вакансій
1. Менеджери, маркетологи, торговельні працівники	34–35%
2. В т.ч менеджери	10–13%
3. Бухгалтери, фінансисти, економісти	15–17 %
4. В т.ч. бухгалтери	11–13%
5. Технічні фахіфці	14–16%
6. Педагогічні, творчі працівники	9–12%
7. Інші спеціальності	22–25%

Перше місце в сукупному попиті на фахівців займають бухгалтери та менеджери. При цьому економіка потребує менеджерів різних спрямувань. Найчастіше в заявках зазначається потреба: у менеджерах-адміністраторах, менеджерах персоналу, менеджерах по збуту, по рекламі, офіс-менеджерах, регіональних менеджерах, менеджерах зовнішньо-економічної діяльності тощо. Необхідно вказати на значний попит на маркетологів, логістів, торгових представників, економістів, агентів з нерухомості, юрисконсультів. Серед фахівців технічного профілю найчастіше необхідні інженери-програмісти, конструктори, електроніки.

Отже, однією із сучасних вимог ринку праці є збільшення підготовки фахівців економічного профілю. При цьому необхідно значно розширити спеціалізацію, особливо за спрямуванням “менеджмент”. Сучасне виробництво, особливо дрібні підприємства, потре-

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

бують спеціалістів широкого профілю, які б мали підготовку за декількома професійними спрямуваннями. Попитом користуються фахівці за інтегрованою підготовкою з економіки і права, менеджменту і права, менеджменту і фінансів тощо.

Вузи повинні для себе чітко визначити сегмент ринку праці, на який вони готують фахівців і добре знати закономірності його розвитку та вимоги. Аналіз сучасного ринку праці показує, що у будь-якій галузі до фахівців пред'являються такі вимоги (розташовані в порядку значущості):

- ✓ висока професійна підготовка, наявність вищої освіти;
- ✓ вільне володіння комп'ютерною технікою на рівні користувача;
- ✓ знання іноземної мови, найчастіше англійської;
- ✓ досвід роботи;
- ✓ комунікативність, вміння працювати з людьми;
- ✓ наявність знань в суміжних сферах діяльності (для менеджера – це знання економіки, маркетингу, права);
- ✓ готовність до відряджень;
- ✓ мобільність (наявність автомобіля);
- ✓ презентабельна зовнішність.

Більшість характеристик спеціалістів, що відповідає цим вимогам, повинна формуватися під час навчання у ВЗО. Тому підготовка фахівця має поєднувати глибоку професійну підготовку з інформаційною, гуманітарною, економічною, правовою, психологічною та естетичною підготовкою.

1. Гнучкість в сфері праці та професійна підготовка //Економіка України. 1996. №8. С. 84. 2. Васильчук Ю. Постиндустриальная экономика и развитие человека // МЭиМО. 1997. №9. С. 29. 3. Гальчинський С.А. Становлення суспільства постформаційної цивілізації. К., 1993.

УДК 336+338.6.9

І.В. Бакушевич, В.П.Мартинюк
Тернопільський державний технічний університет ім. І. Пулюя

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

© Бакушевич І.В., Мартинюк В.П., 2001

З'ясовано поняття економічної безпеки регіонів України та визначено необхідні умови для підтримання її достатнього рівня. Досліджено взаємозв'язки між чинниками, що виводять ситуацію в регіонах за межі економічної безпеки. Запропоновано регіональну структурну оптимізацію як один із можливих шляхів виходу країни з кризи.

An economic safety definition of Ukrainian regions, which is necessary for maintenance of its sufficient level, in the article is presented. This study examined links between factors that lead a situation in regions out of economic safety level. The regional structural optimization as one of possible way out of crisis is offered.

Глибокий, політично неупереджений аналіз десятилітнього досвіду незалежності України свідчить, що проблема забезпечення економічної безпеки (ЕБ) набуває винятково

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua