

шенням показників стану здоров'я населення. Дотепер існуюче централізоване фінансування галузі охорони здоров'я не відповідає фактичному навантаженню лікарняних закладів.

Як показує аналіз бюджетних витратків в розрізі економічної класифікації, в структурі поточних витратків на охорону здоров'я найбільшу частку складають витатки на виплату заробітної плати та нарахування на неї (понад 60 %). Причому, частка таких витратків збільшувалась впродовж останніх років, що є відображенням державної політики щодо щорічного підвищення рівня мінімальної заробітної плати. Водночас, внаслідок підвищення цін та тарифів на комунальні послуги та енергоносії, відбувалось зростання частки витратків, що спрямовуються на їх оплату. З іншого боку, питома вага витратків, що спрямовуються на розвиток галузі (придбання медичних товарів та обладнання, капітальні витатки, пов'язані з модернізацією та оснащенням приміщень) і є визначальними для підвищення якості медичних послуг, зменшується.

До причин низької ефективності витратків на охорону здоров'я належить і відсутність системи оцінки діяльності медичних установ та ефективності витратання витратків на їх утримання, ефективного зовнішнього контролю й аудиту. Це зумовлює необхідність впровадження системи моніторингу, яка б оцінювала ефективність державних витратків з точки зору якісних наслідків для здоров'я суспільства, а не за даними статистики звернень до медичних закладів або тривалості перебування та стаціонарному лікуванні. Окремі показники, що можуть використовуватися з цієї метою, запропоновані у вітчизняних нормативних документах, прийнятих на державному рівні – в Стратегії демографічного розвитку на період 2006–2015 рр. [3] та Цілях розвитку тисячоліття в Україні [4]. Розширення та узагальнення їх переліку дозволить створити цілісну систему якісних показників для оцінки інвестицій в здоров'я населення за окремими складовими. В контексті якості робочої сили, доцільно розглядати наступні проблемні аспекти: 1) погіршення загального стану здоров'я та зростання навантаження хворобами на населення; 2) низька тривалість життя внаслідок високої передчасної смертності; 3) високий рівень інвалідності населення; 4) високі рівні поширення розладів психіки та поведінки; 5) недостатнє поширення настанов здорового способу життя, що не лише виступає детермінантом зростання захворюваності та скорочення тривалості життя, а й сприяє погіршенню загальної якості населення. Аналіз та моніторинг відповідних статистичних показників дозволить оцінити фактичні результати інвестицій в здоров'я з огляду на якісні зрушення у загальному стані здоров'я робочої сили та населення в цілому.

**Висновки.** Погіршення якісних характеристик населення внаслідок прогресуючої медико-демографічної кризи зумовлює нагальну необхідність докорінного реформування системи охорони здоров'я в Україні, метою якої є як розширення обсягу фінансування галузі, так і підвищення ефективності інвестицій в здоров'я. Підвищенню якості медичних послуг, що надаються населенню, сприятимуть впровадження обов'язкового медичного страхування зі збереженням та поліпшенням безкоштовної системи базової медичної допомоги та утворенням механізмів перерозподілу частини коштів, отриманих від надання платних послуг у сфері охорони здоров'я, на фінансування потреб невідкладної медичної допомоги. Відхід від залишкового принципу фінансування, стабілізація та раціоналізація фінансових надходжень на потреби галузі повинні супроводжуватися проведенням комплексної реформи системи охорони здоров'я, необхідним елементом якої, зокрема, має стати: регулювання системи ліцензування та акредитації медичних закладів та лікарів, які займаються приватною практикою; стандартів надання медичної допомоги та критеріїв оцінки якості медичних послуг; запровадження контрактних відносин між покупцями та постачальниками медичних послуг тощо. Важливим є залучення різноманітних джерел фінансування охорони здоров'я, включаючи залучення недержавних, благодійних та комерційних організацій до розвитку її галузей, формування багатоканального механізму інвестування в здоров'я населення.

### Література

1. Вдосконалення міжбюджетних відносин і стратегії державних витратків у сферах охорони здоров'я та освіти в Україні: вибрані питання: [звіт Світового банку]. – К.: Козаки, 2008. – 168 с.
2. Xu K., Evans D. Carrin G. and Aguilar-Rivera A. M. (2005). Designing health financial systems to reduce catastrophic health expenditure. Technical Briefs for Policy-Makers (WHO). – 2005. – No. 2. – 5 p.
3. Стратегія демографічного розвитку на 2006–2015 роки // Демографія та соціальна економіка, 2006. – № 1. – С. 3–22.
4. Цілі розвитку тисячоліття: Україна / [Андрійченко Ю. та ін]. – К.: Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України, 2003. – 29 с.

УДК 331.53

В.М. ПЕТЮХ, Л.В. ЩЕТІНІНА, О.В. КОРЧЕВНА  
ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”

## РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАЦІЙНИХ ПОСЛУГ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ

*У статті обґрунтовано необхідність проведення досліджень щодо оцінювання комунікаційної ефективності інформаційно-консультаційних послуг служби зайнятості, яке доцільно, на думку авторів, здійснювати за критеріями залученості, умотивованості та лояльності. Своєю чергою, результати оцінювання комунікаційної ефективності інформаційно-консультаційних послуг дали змогу зробити висновок про ефективність*

останніх за більшістю критеріїв – умотивованості та лояльності, а також наявність значних резервів підвищення цієї ефективності за критерієм залученості.

*The article proves the necessity of research in terms of evaluating the communicative efficiency of information and consulting services of the employment service, which should be done according to the criteria of involvement, motivation and loyalty. The results of the evaluation of the communicative efficiency of information and consulting services of the employment service made it possible to admit their efficiency according to the majority of criteria – motivation and loyalty as well as considerable reserves of boosting this effectiveness according to involvement criterion.*

**Вступ.** Індикатором ефективного функціонування економіки є довіра до органів державного управління, зокрема служби зайнятості. На сучасному етапі в діяльності цієї установи відбулися вагомні зміни інноваційного характеру, що дали змогу службі зайнятості України отримати визнання в країнах ЄС. Серед цих змін важливе місце займає розвиток новітніх форм інформаційно-консультаційних послуг, які спрямовані на забезпечення позитивного ставлення та довіри до послуг служби зайнятості. Враховуючи складність проблеми формування довіри до послуг служби зайнятості, доцільним, на нашу думку, є проведення окремих науково-прикладних досліджень щодо підвищення комунікаційної ефективності її інформаційно-консультаційних послуг. Останнє не можливе без оцінювання цієї ефективності, тобто тих змін, що відбуваються у сфері сприймання людьми служби зайнятості і проблем, вирішенню яких ця установа сприяє.

У науково-практичному плані проблему оцінювання комунікаційної ефективності розглядали в наукових працях такі вчені, як: Ю.К. Баженов [1], А.П. Дудар [2], А.В. Івков [2], А. Кутлалієв [3], Ф.Г. Панкратов [1], А.М. Пономарева [4], А. Попов [3], В.Г. Шахурін [1] тощо. Крім того, авторами цієї статті за замовленням Державного центру зайнятості України розроблено методичку оцінювання комунікаційної ефективності саме інформаційно-консультаційних послуг [5, с. 88–94]. Проте недостатньо опрацьованими є питання використання цієї методички для пошуку резервів підвищення комунікаційної ефективності інформаційно-консультаційних послуг, на що спрямовані матеріали статті.

**Постановка завдання.** Таким чином, метою цього дослідження є висвітлення результатів апробації методички оцінювання комунікаційної ефективності інформаційно-консультаційних послуг для пошуку резервів підвищення цієї ефективності. Методичне забезпечення дослідження базується на використанні загальнонаукових методів (аналіз, синтез, узагальнення, групування).

**Результати.** Перш ніж перейти до висвітлення результатів апробації методички, розглянемо концептуальні засади, які покладені в її основу. Враховуючи те, що інформаційно-консультаційні послуги є комплексом заходів інформаційної підтримки та реалізації співпраці соціальних партнерів з державною службою зайнятості, їх реалізація орієнтована на отримання наступних трьох ефектів: готовність соціальних партнерів до пошуку можливостей вирішення проблеми працевлаштування людини; сприймання вибору послуг служби зайнятості для вирішення проблеми працевлаштування як легкого; позитивне ставлення до служби зайнятості та її послуг. Відповідно до наведених ефектів в методиці оцінювання комунікаційної ефективності інформаційно-консультаційних послуг доцільно, на думку авторів, використовувати наступні критерії: умотивованість, залученість до вибору послуг служби зайнятості та лояльність до служби зайнятості. Для апробації цієї методички авторами було проведено пілотне опитування клієнтів державної служби зайнятості України – роботодавців і шукачів роботи, що дозволило отримати наступні результати.

По-перше, особи з інформаційним типом мотивації становлять 85 % всіх опитаних, майже однакова кількість осіб з інформаційним типом мотивації серед роботодавців (86 %) і серед шукачів роботи (85 %). Це є позитивним результатом надання інформаційно-консультаційних послуг, оскільки формування інформаційного (раціонального) типу мотивації передбачає більш об'єктивну оцінку виникнення і можливостей вирішення проблеми пошуку роботи, ніж протилежний тип мотивації – трансформаційний (емоційний) [3, с. 239].

По-друге, опитування виявило, що низька залученість до вибору послуг служби зайнятості, яка вважає легкість вибору цих послуг і є позитивним наслідком надання інформаційно-консультаційних послуг, сформована у 52 % респондентів, що свідчить про значні резерви удосконалення змісту останніх. Причому кількість осіб з низькою залученістю серед роботодавців вища (56 %), ніж серед шукачів роботи (50 %). Це може свідчити, про необхідність популяризації, підвищення доступності інформаційного наповнення цих послуг для шукачів роботи. Розглянемо більш детально, на які моменти необхідно звернути увагу під час удосконалення змісту інформаційно-консультаційних послуг окремо для роботодавців і шукачів роботи (табл. 1).

Таблиця 1

**Результати оцінювання ефективності за критерієм залученості серед шукачів роботи та роботодавців**

Твердження	Середня оцінка за результатами опитування (min – 1, max – 5)	
	шукачів роботи	роботодавців
Наскільки для вас прийнятний вибір послуг служби зайнятості	3,25	3,06
Наскільки важлива для вас додаткова інформація (поради, консультації тощо)	2,75	2,4
Наскільки вам легко оцінити переваги від використання послуг служби зайнятості	3,6	2,8
Наскільки легко ви орієнтуєтесь у виборі виду послуг служби зайнятості	3	3,1
Наскільки ваш вибір послуг служби зайнятості залежить від ситуації в країні	3,35	3,4
Послуги служби зайнятості легко отримати	1	1,36

Отже, на основі усереднених оцінок роботодавців і шукачів роботи можна зробити висновки щодо основних резервів<sup>1</sup> підвищення ефективності інформаційно-консультаційних послуг через удосконалення їх змісту. Так, основним резервом удосконалення змісту інформаційно-консультаційних послуг для роботодавців є доведення за допомогою цих послуг до них інформації про здатність служби зайнятості гнучко реагувати на ситуацію в країні (твердження – “Наскільки ваш вибір послуг служби зайнятості залежить від ситуації в країні?”, оцінка – 3,4).

Своєю чергою, основними резервами удосконалення змісту інформаційно-консультаційних послуг для шукачів роботи є:

– підвищення уваги в змісті цих послуг роз’ясненню переваг служби зайнятості порівняно з іншими альтернативами (твердження – “Наскільки вам легко оцінити переваги від використання послуг служби зайнятості?”, оцінка – 3,6);

– доведення до них інформації за допомогою цих послуг про здатність служби зайнятості гнучко реагувати на ситуацію в країні (твердження – “Наскільки ваш вибір послуг служби зайнятості залежить від ситуації в країні?”, оцінка – 3,35).

По-третє, оцінювання ефективності за попередніми двома критеріями дозволило визначити потенційну групу клієнтів служби зайнятості (респонденти з низькою залученістю та інформаційний типом мотивації), які об’єктивно оцінюють ситуацію пошуку роботи і серед основних альтернатив пошуку роботи розглядають службу зайнятості. Так, потенційна група клієнтів служби зайнятості становить серед всіх опитаних 48%, зокрема серед роботодавців – 50 %, серед шукачів роботи – 45 %. Такі результати свідчать, що на сучасному етапі інформаційно-консультаційні послуги більшою мірою орієнтовані на роботодавців. Разом з тим, наявні значні резерви зростання кількості осіб, що складають потенційну групу клієнтів служби зайнятості, як серед роботодавців, так і серед шукачів роботи.

По-четверте, загальний рівень лояльності серед клієнтів служби зайнятості, який передбачає високі оцінки за критеріями вигідності послуг служби зайнятості та емоційної прихильності до цієї установи, становить 90 % (чисельність лояльних осіб в загальній чисельності опитаних). До того ж рівень лояльності серед роботодавців вище (91 %), ніж серед шукачів роботи (88 %), що ще раз підтверджує попередній висновок про орієнтованість інформаційно-консультаційних послуг більше на роботодавців, ніж на шукачів роботи. Розглянемо більш детально результати оцінювання лояльності клієнтів за критерієм “вигідність” (табл. 2, 3).

Таблиця 2

## Результати оцінювання лояльності роботодавців за критерієм “вигідність”

Переваги користування послугами служби зайнятості	Середня оцінка за результатами опитування (min – 1, max – 5)
Можливість самостійного підбору персоналу із загальної бази претендентів	4,7
Оперативність обслуговування	4,8
Безкоштовність отримання послуги	4,9
Підвищення іміджу роботодавців, які співпрацюють з службою зайнятості	4,3
Фінансування з Фонду витрат на професійне навчання претендентів на роботу на замовлення роботодавців	4,7
Фінансування заробітної плати безробітних на організацію громадських робіт, одержання дотацій	4,5

Таблиця 3

## Результати оцінювання лояльності шукачів роботи за критерієм “вигідність”

Переваги користування послугами служби зайнятості	Середня оцінка за результатами опитування (min – 1, max – 5)
Гарантованість соціальної підтримки	4,53
Можливість співбесіди з роботодавцем безпосередньо в центрі зайнятості	3,8
Оперативність обслуговування	4,75
Отримання роботи з офіційною заробітною платою	4,1
Безкоштовність отримання послуг	4,6
Офіційне оформлення процедури надання послуги	4,1
Можливість отримання декількох послуг (профорієнтаційні послуги, різноманітні тренінги)	4,35
Можливість самостійного пошуку роботи	4,34

Усереднення оцінок респондентів щодо важливості переваг користування послугами служби зайнятості дозволило виявити ті з них, на які в першу чергу необхідно звертати увагу в інформаційно-консультаційних послугах. Так, для роботодавців важливими є всі переваги – оцінки за всіма перевагами наближаються до максимумної. Інша ситуація при оцінюванні вигідності послуг служби зайнятості шукачами роботи. Для них основними перевагами є: оперативність обслуговування (4,75); безкоштовність отримання послуг (4,6); можливість отримання декількох послуг (профорієнтаційні послуги, різноманітні тренінги) (4,35); можливість самостійного пошуку роботи (4,34).

<sup>1</sup> Чим вищий бал, тим значнішими є резерви удосконалення змісту інформаційно-консультаційних послуг.

Крім того, в інформаційно-консультаційних послугах для шукачів роботи необхідно приділяти увагу роз'ясненню таких переваг, як: можливість співбесіди з роботодавцем безпосередньо в центрі зайнятості; отримання роботи з офіційною заробітною платою; офіційне оформлення процедури надання послуги.

Крім критерію вигідності послуг служби зайнятості, при визначенні рівня лояльності клієнтів до цієї установи враховують критерій емоційної прихильності. Загальний рівень емоційної прихильності серед клієнтів служби зайнятості є високим (92 %). Однак щодо видів резервів підвищення емоційної прихильності клієнтів до цієї установи є розбіжності у роботодавців і шукачів роботи. Так, у шукачів роботи ці резерви є більшими за відносними показниками (відсоток осіб, що не погодилися з твердженнями, які характеризують емоційну прихильність), ніж у роботодавців. Крім того, для визначення шляхів удосконалення змісту інформаційно-консультаційних послуг необхідний детальний аналіз резервів підвищення емоційної прихильності (табл. 4).

Таблиця 4

Резерви підвищення емоційної прихильності клієнтів до служби зайнятості

Твердження	Відсоток негативних відповідей (відсоток серед роботодавців/відсоток серед шукачів роботи)
Відчуваю повну довіру до служби зайнятості	18/20
Вважаю службу зайнятості потужною установою у сфері працевлаштування, здатною конкурувати з іншими агенціями на ринку праці	16/23
Результат взаємовідносин із службою зайнятості перевищив мої очікування	28/43
Послуги служби зайнятості дозволяють вирішити проблему працевлаштування у будь-якій ситуації	32/47
Служба зайнятості сприяє соціально-економічному розвитку країни	11/17

Таким чином, аналіз резервів підвищення емоційної прихильності клієнтів до служби зайнятості дозволяє зробити висновок, що зміст інформаційно-консультаційних послуг необхідно удосконалити через:

– усунення стереотипу про те, що служба зайнятості є бюрократичною структурою, яка є неефективною (твердження – “Вважаю службу зайнятості потужною установою у сфері працевлаштування, здатною конкурувати з іншими агенціями на ринку праці”) і якій не можна повністю довіряти (твердження – “Відчуваю повну довіру до служби зайнятості”);

– зміну уявлення клієнтів служби зайнятості щодо гнучкості цієї установи, тобто донесення до клієнтів інформації про використання службою зайнятості механізмів, що дозволяють реагувати на зміну ситуації в країні;

– роз'яснення ролі служби зайнятості в забезпеченні розвитку країни.

**Висновки.** Отже, оцінювання комунікаційної ефективності інформаційно-консультаційних послуг служби зайнятості свідчить про їх ефективність за більшістю критеріїв – умотивованості та лояльності. Однак є значні резерви підвищення ефективності інформаційно-консультаційних послуг за критерієм залученості до вибору послуг служби зайнятості. Крім того, дослідження виявило необхідність посилення уваги до адаптації змісту інформаційно-консультаційних послуг до інформаційних потреб шукачів роботи.

### Література

1. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы. – М.: Дашков и К°, 2005. – 526 с.
2. Дударь А.П., Ивков А.В. Реклама в коммерческой деятельности торгово-производственной фирмы. – Симферополь: Таврида, 2001. – 315 с.
3. Кутлалиев А., Попов А. Эффективность рекламы. – М.: Эксмо. – 416 с.
4. Пономарёва А.М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. – М.: ИКЦ “МарТ”; Ростов н/Д: МарТ, 2004. – 240 с.
5. Петюх В., Щетініна Л. Методичні основи оцінювання комунікативної ефективності інформаційно-консультаційних послуг служби зайнятості // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України, 2008. – Вип. 13. – С. 88–94.

УДК 331.5

І.А. ВОЙНАЛОВИЧ

Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України

## ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РОБОЧОЇ СИЛИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЧИННИК ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

*Розглянуто сутність освітнього компоненту конкурентоспроможності робочої сили як інноваційного чинника її підвищення. Досліджено вплив рівня освіти індивіда на рівень конкурентоспроможності його робочої сили на ринку праці в Україні*

*The paper is concerned with the notion of educational component of labor force competitiveness as an innovative factor of its increase. The influence of education of an individual on the level of his labor force competitiveness at the labor market in Ukraine is researched.*