

як персональний продаж і прямий маркетинг привів до того, що прямий маркетинг став ширшим методом збуту, який включає у тому числі і персональний продаж.

Нові технічні засоби зв'язку і комунікацій (телефон, пошта, телебачення, комп'ютери, модеми, факси, електронна пошта, глобальна мережа Internet і онлайніві служби) змінили техніку і тактику прямого маркетингу. Особливою рисою сучасного прямого маркетингу і найбільш цінним інструментом, крім його традиційних форм (прямий маркетинг поштою, по каталогах, телемаркетинг, телевізійний маркетинг і електронна торгівля) є база покупців, яка є організованим і постійно поповнюваним банком вичерпних даних про споживачів фірми.

Персональний продаж як спосіб реалізації товару або послуги без посередників в основному використовувався для просування товарів виробничо-технічного призначення. Інформатизація усіх видів діяльності суспільства, розвиток нових засобів зв'язку і мультимедіа технологій, а також їх використання в комунікаціях дозволило цей метод збуту перенести і на ринок споживчих товарів і послуг [9].

Таким чином, прямий маркетинг – це елемент комплексу маркетингових комунікацій, який застосовується на визначених етапах продажу і передбачає безпосередню взаємодію покупця та продавця з метою інформування споживачів про товари і послуги, виявлення нових покупців та підтримки існуючих, надання сервісних послуг та активного збору інформації для фірми щодо потреб споживачів, їх побажань тощо.

Кінцева мета прямого маркетингу – розвиток прямих стосунків і реалізація товару (послуг). Особливою рисою прямого маркетингу вважається використання декількох засобів комунікацій.

Таким чином, відрегульовані комунікаційні (прямі та зворотні) зв'язки фірми, підприємства або інших суб'єктів ринкової діяльності – обов'язкова умова їх нормального функціонування як господарських одиниць, передумова їх успішної ринкової діяльності. Значення кожного з елементів маркетингової комунікації в сучасних умовах зростає через все більшу насиченість ринку товарами і послугами, розмаїття потреб споживачів товарів і послуг, форм і методів конкуренції, досконаліших засобів збору, обробки, передачі інформації та низки інших факторів.

Література

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ.; под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
2. Бодди Д., Пейтон Р. Основы менеджмента / Пер. с англ.; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 816 с.
3. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга. Учеб. пособие / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2002. – 688 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. з англ. – СПб.: Питер ком, 1999. – 896 с.
5. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій. Навч. посібник. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.
6. Маркетинг. Підручник / А.Ф. Павленко та ін.; За наук. ред. А.Ф. Павленка; кер. авт. кол. І.Л. Решетнікова. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.
7. Маркетинг / Под. ред М. Бейкера. – СПб.: Питер, 2004. – 1200 с.
8. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг. Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 320 с.
9. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій. Навч. посібник. – К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. – 328 с.
10. Crosier K. "Does advertising work?" in Kitchen P. J. Marketing Communications: Principles and Practice. – London: International Thomson, 1998. – 264 p.

УДК 658.512

С. А. ТОПАЛОВ

Запорізька інженерна академія

АНАЛІЗ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА РИНКУ ПРАЦІ

Розглянуті проблеми використання трудових ресурсів, особливості формування попиту та пропозиції в сучасних умовах розвитку ринку праці.

The article considers the problems of utilization of human resources, features of shaping of supply and demand in contemporary conditions of labour market development.

В умовах ринкового розвитку суспільного виробництва особлива увага приділяється використанню трудових ресурсів. При цьому ефективне їх використання пов'язане з соціальними перебудовами як на рівні підприємств так і на рівні держави в цілому.

В науковій літературі склалися різні підходи до визначення сутності трудового потенціалу. Автори Тимош І., Іванова Р., Богиня Д., на перше місце при аналізі трудових відносин ставлять соціальні питання,

Бурда М., Завіновська Г., Грішнова О. та ін. розглядають трудовий потенціал як узагальнюючу характеристику міри (кількості) та якості сукупних можливостей робітників до праці. Виникає ціла низка проблем в особливостях використання трудових ресурсів в умовах кризи, в якій в останній час опинилась Україна. Тому, досліджуючи розвиток трудових відносин на ринку праці необхідно розглянути проблеми які виникають з попитом та пропозицією. Ті зміни, які ринок формує в зв'язку з виникненням безробіття. Всі ці питання потребують обґрунтування, наведеного в цієї статті.

Щоб проаналізувати ринок праці, розглянемо попит на працю. Поєднання попиту на працю та її пропозиції забезпечить вихідний пункт для аналізу поведінки зайнятості та заробітної плати. Однак ринок праці – не типовий звичайний “ринок”. На відміну від машин, сировини та матеріалів, носії праці мають свій власний розум. Знаряддя не можуть ні припинити свою роботу, ні вирішувати, чи вони хотіли б працювати для їхніх власників. Товар, яким торгують на ринку праці, шукає покупець так само, як покупець – продукт, який він купує в крамниці. Відносини зайнятості та найму передбачають точні і повні договірні умови, що часто чинні протягом довгого часу. Ринок праці пов'язаний з такими інституціями, як трудові спілки, і є об'єктом складних законодавчих та звичасвих правил. Наслідком є існування структурного безробіття, яке легко не зникає, якщо зникає взагалі. Крім того, те, що індивіди входять у сферу виробництва і виходять з неї, є основою для фрикційного безробіття навіть тоді, коли ринки функціонують належним чином. Обидва ці поняття застосовуються для пояснення рівноважного безробіття, яке на сьогодні залишається тавром ринкової економіки.

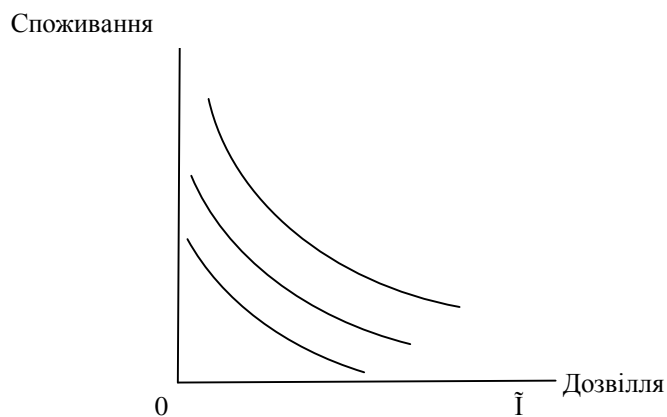


Рис. 1 – Залежність між споживанням та дозволлям

Для споживання нам потрібно мати доход. Щоб заробити доход, нам треба працювати, тобто пропонувати свою працю. Пропозиція праці веде нас до зосередження на виборі між споживанням і дозволлям. Залежність між споживанням і дозволлям відображені на рис. 1 кривими байдужості. Зміна споживання на дозволля характеризує відповідний рівень корисності. Форма кривих байдужості відображає спадний граничний коефіцієнт заміщення: чим більший обсяг споживання стосовно його дозволля, тим більшим обсягом споживання воно готове поступитися заради додаткової одиниці дозволля, або тим вищим є граничний коефіцієнт заміщення. Вищі криві байдужості відповідають вищим рівням корисності.

Обмеження бюджету визначається сумарною кількістю часу, позначеного \tilde{I} , наявного протягом певного періоду (день, місяць, рік або більше). Час – обмежений ресурс і має власну ціну. Ціною години дозволля виступає зароблена сума, коли б замість дозволля працювали, або споживання, від якого відмовилися. Природно вимірювати ціну дозволля його альтернативною вартістю (вартістю втрачених можливостей) через споживані блага. Ось чому ціну дозволля називають реальною (споживчою) заробітною платою. На практиці її вимірюють як відношення номінальної заробітної плати W до індексу споживчих цін P .

Коли в розпорядженні є \tilde{I} годин, а годинна реальна заробітна плата $w = W/P$, то вартість, що виражена через сукупний запас часу, становить $w\tilde{I}$. З бюджетного обмеження випливає те, що цей фонд можна розділити між споживанням зі значенням C та дозволлям l зі значенням lw :

$$\tilde{I}w = lw + C. \quad (1)$$

Так само бюджетне обмеження можна виразити через “потік грошей”. Коли маємо l годин дозволля, то він працює $\tilde{I} - l$ годин і заробляє $w(\tilde{I} - l)$ – наявне для споживання, бо він не заощаджує, тому (1) можна перегрупувати:

$$w(\tilde{I} - l) = C. \quad (2)$$

Бюджетне обмеження показано на рис. 2 як AB . Його від'ємний нахил ($-w$) показує, від якого обсягу споживання треба відмовитися, щоб отримати додаткову одиницю дозволля. Точку A визначає екзотгенне фіксовану кількість годин, що маємо у своєму розпорядженні, а відрізок OA представляє значення фонду часу. Відрізок OB відповідає споживанню, що має місце при відсутності дозволля взагалі. Бюджетна пряма рухається

навколо точки A , коли реальна заробітна плата змінюється. Якщо реальна заробітна плата збільшується, то доступний більший обсяг споживання (OB зростає), і бюджетна пряма рухається за годинниковою стрілкою [1, с. 136]. Якщо ми маємо деяке початкове багатство, то бюджетне обмеження переміститься на цю величину щоб підтримувати певний обсяг споживання взагалі.

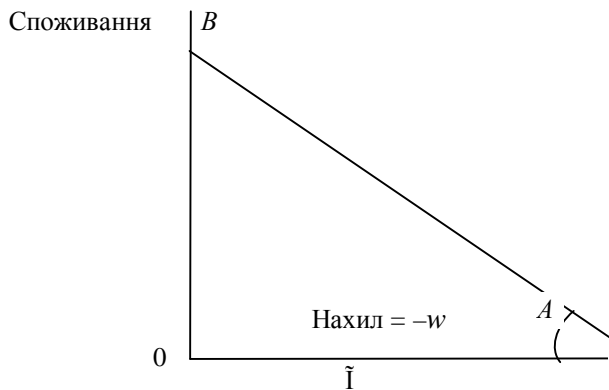


Рис. 2 – Оптимальний вибір: крива індивідуальної пропозиції праці

Виходячи з бюджетного обмеження, ми максимізуємо корисність, вибираючи найвищу можливу криву байдужості, яку припускає його бюджетна пряма. Це досягається в точці R (рис. 3), де крива байдужості дотична до його бюджетного обмеження.

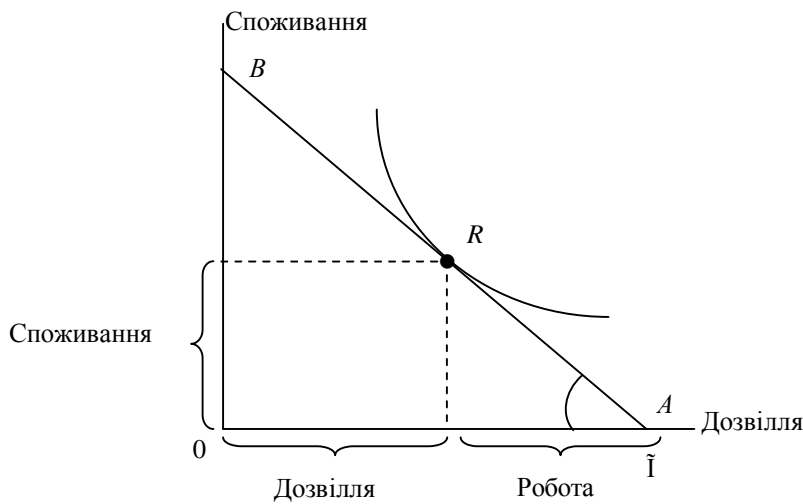


Рис. 3 – Умови оптимального вибору

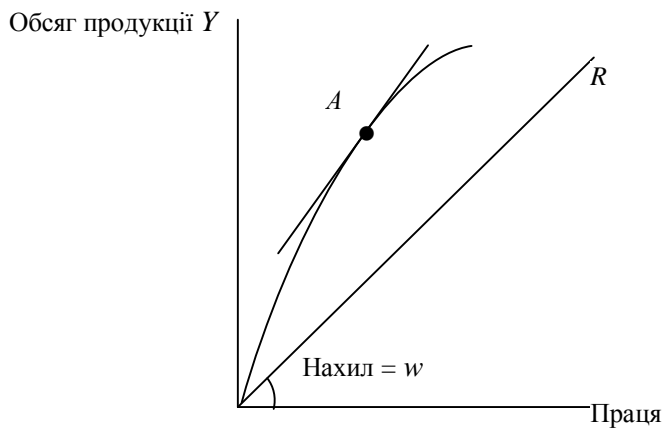


Рис. 4 – Виробнича функція

Аналіз попиту на працю великою мірою нагадує аналіз інвестування типовою фірмою [1, с. 141]. Коли величина основного капіталу постійна, то фірма може змінити суму виробленої продукції, пристосовуючи масу праці. Зв'язок між обсягом продукції Y і зайнятістю L відображає виробнича функція, що зображена на рис. 4.

Нахил виробничої функції вимірює граничну продуктивність праці (MPL), величину обсягу продукції, отриманої за одну додаткову одиницю (годину). Форма кривої відображає принципи спадної граничної продуктивності. MPL спадає, коли величина використаної праці зростає.

На практиці існує важлива відмінність між індивідуальною і сукупною пропозицією праці. Індивідуальне рішення можна описати як розв'язання питання, скільки часу витратити на роботу. У багатьох випадках індивіди не можуть змінювати години праці. У кращому разі вони можуть вибирати між тим, чи працювати, чи не працювати взагалі. В більшості трудових угод точно визначено нормативний робочий час (тривалість робочого тижня, кількість днів відпустки на рік тощо). На рис. 5 представлено два випадки, коли робітник віддає перевагу тому, щоб не працювати взагалі. В обох випадках зростання заробітної плати недостатнє, щоб спонукати його братися до роботи, хоча збільшення платні спонукало б робітника до праці.

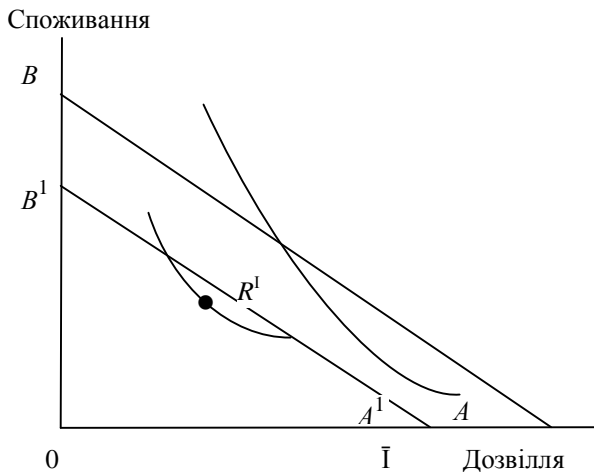


Рис. 5 – Залежність між дозволями та споживанням

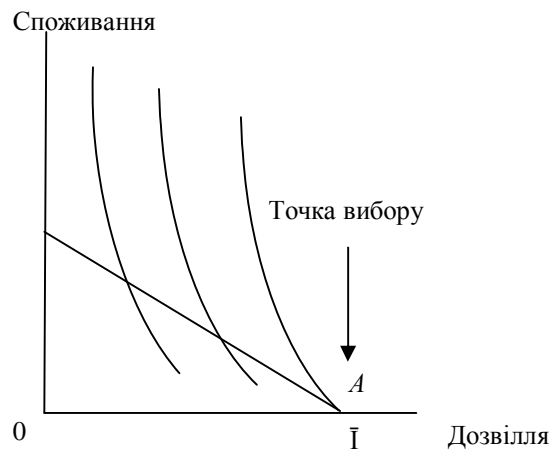


Рис. 6 – Крива сукупної пропозиції

Крива сукупної пропозиції праці включає багато індивідуальних рішень про входження або вихід зі складу робочої сили. Цілком можлива, як на рис. 6, крута або навіть вертикальна (негнучка) крива пропозиції для індивідів та положиста крива сукупної пропозиції, коли робітники стають до праці за вищою заробітну плату.

Взаємодію попиту на працю і пропозиції праці зображено на рис. 7. Рівновага досягається в точці перетину двох кривих (т. A). При рівні заробітної плати w^* ринок очищається (немає ні надлишку по-питу, ні надлишку пропозиції): L^* – кількість годин праці, яку фірми хочуть одержати, а домогосподарства ладні відпрацювати. І ставку реальної заробітної плати, і зайнятість визначають ендогенне на ринку праці.

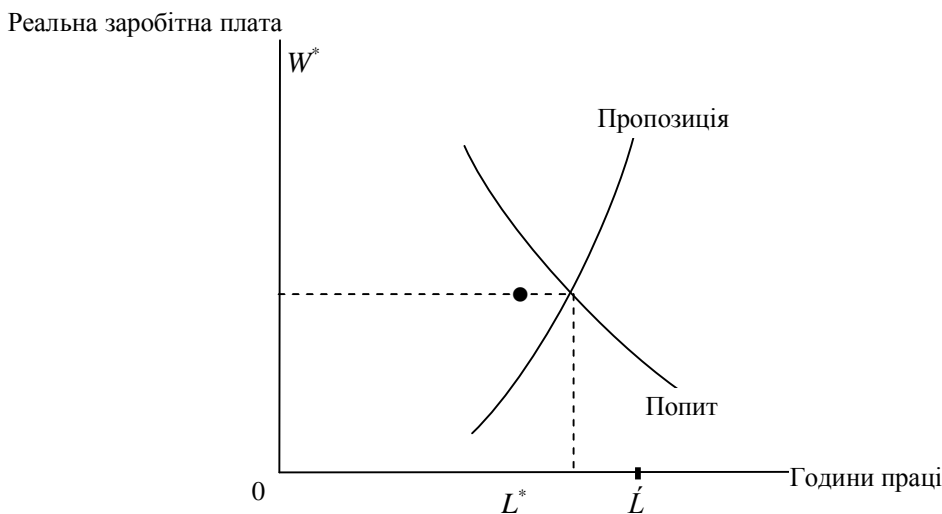


Рис. 7 – Рівновага на ринку праці

Ця характеристика ринку праці спрощена, але вона виступає основою для розгляду ринку праці. Прикладом її корисності може бути рис. 8, а, з якого видно вплив збільшення продуктивності праці, що мав місце протягом століть технічного прогресу і нагромадження капіталу.

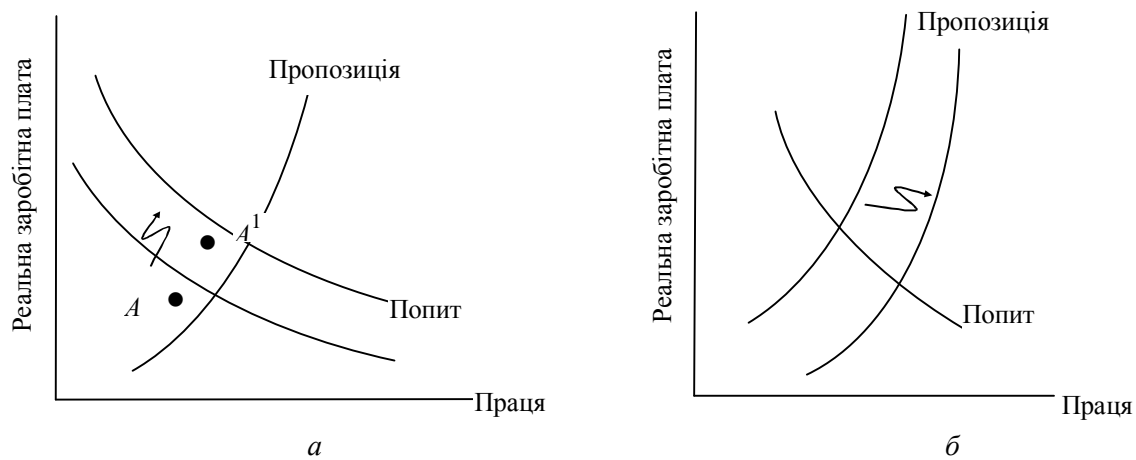


Рис. 8 – Переміщення кривих пропозиції та попиту на працю

Крива попиту на працю переміщується праворуч, вплив на криву пропозиції відсутній. Цей вплив означає підвищення життєвого рівня, коли реальна заробітна плата зростає. Якщо крива пропозиції праці абсолютно вертикальна, то зайнятість залишається незмінною, а трудовий дохід wL зростає пропорційно до підвищення реальної заробітної плати. Якщо крива пропозиції характеризується зворотним закрутом, то зайнятість падає, при цьому реальна заробітна плата зростає. Коли попит на працю зростає (рис. 8, а), наприклад, внаслідок додаткового капіталу або технічного прогресу, то і реальна заробітна плата, і рівень зайнятості збільшуються. Коли зростає пропозиція праці (рис. 8, б), наприклад, внаслідок залучення в робочу силу нових працівників, то зайнятість зростає, але реальна заробітна плата знижується. Таке оптимальне співвідношення попиту і пропозиції на ринку праці дозволить ефективно використовувати трудові ресурси підприємства.

Висновки. Дослідженнями встановлено, що оптимальне співвідношення між попитом і пропозицією на ринку праці дозволить сформувати ефективну регіональну інвестиційну політику та дає можливість:

- мобілізувати внутрішні резерви підприємств у більш ефективних інвестиційних проектах;
- сформувати перспективну структуру виробництва залежно від попиту на ринку промислової продукції;
- формувати науково-обґрунтовані, привабливі бізнес-плани для зовнішніх інвесторів;
- здійснювати раціональну державну підтримку підприємництва і з значною віддачею.

Література

1. Бурда М., Виплош Ч. Макроекономіка. Європ. контекст / Пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 682 с.
2. Тимош І.М. Економіка праці. Навч. посібник. – Тернопіль: Астон, 2002. – 347 с.
3. Богиня Д.П., Грішнова О.А. Основи економіки праці. – К.: Знання-Прес, 2000. – 313 с.
4. Завіновська Г.Т. Економіка праці. Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 300 с.
5. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини. Підручник. – К.: Знання, 2004. – 535 с.