

Ю. М. ПОПОВА, Л. І. ОППЕЛЬД

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

Трудовий потенціал є найціннішим ресурсом міста, який визначає його продуктивну потужність і забезпечує поступальний розвиток економіки, конкурентоспроможність території серед інших регіонів України. Основним джерелом формування трудового потенціалу є молодь працездатного віку. Аналіз кількості наявного населення з 1990 по 2012 р. [1] свідчить, що за ці роки населення України зменшилося майже на 6205 тис. осіб (зокрема, міського населення – на 3488 осіб). За станом на 2012 рік питома вага міського населення України складає 68,8% (проти 67,3% у 1990 р.). У багатьох містах України відбулися процеси руйнування трудового потенціалу, які проявляються в негативних змінах у демографічних процесах, деформації соціального середовища, накопичуванні економічних проблем.

Варто наголосити, що реалізація та використання трудового потенціалу відбувається лише за умов зайнятості, підприємницької активності людини. За даними Держкомстату протягом останніх шести років рівень зайнятості зростав і в 2011 році становив 59,2% (порівняно з 57,9% у 2006 р.). Зайнятість сільського населення є вищою, ніж міського: 63 і 57,6% відповідно. Кількість безробітного населення збільшилася на 218 тис. осіб і склала в 2011 році 1732,7 тис. осіб. Зростання рівня зайнятості населення протягом останніх шести років є незначним [1].

Управління трудовим потенціалом населення розглядають як комплекс специфічних соціально-економічних та організаційних відносин, за допомогою яких суспільство регулює використання ресурсів праці [2, с. 144].

Викладене свідчить про те, що процес управління трудовим потенціалом міста – багатопланове та складне явище, пов'язане з цілеспрямованим економічним і соціальним його розвитком. Формування ефективної системи управління відтворенням та використанням трудового потенціалу міста, забезпечення ефективної зайнятості економічно активного населення потребує системного підходу, який базується на маркетинговому підході.

Маркетинговий підхід в управлінні розвитком трудового потенціалу міста спрямований на регулювання відносин, пов'язаних з використанням трудового потенціалу, виявлення і задоволення як потреб територіальної громади в робочих місцях та забезпечення зайнятості, так і потреб роботодавців у кваліфікованій робочій силі. У загальному вигляді муніципальний маркетинг у даній сфері виявляє та задовольняє потреби міста в трудових ресурсах.

Маркетинговий підхід використовується на всіх етапах процесу управління трудовим потенціалом міста, починаючи від його формування та розподілу і закінчуючи використанням трудових ресурсів.

Для формування трудового потенціалу міста доцільно здійснити ряд важливих маркетингових заходів, у тому числі: проведення моніторингу ринку праці, встановлення тенденцій розвитку основних сфер виробництва та послуг; прогнозування попиту на робочу силу та кон'юнктуру ринку праці з урахуванням встановлених тенденцій розвитку промисловості та сфери послуг; розроблення та реалізація цільових комплексних програм інформаційного забезпечення зайнятості населення шляхом створення і діяльності інтернет-бірж робочих місць і вакансій для працевлаштування безробітних та молоді.

Література:

1. Статистичний щорічник України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Норкіна Т.П. Проблеми управління трудовим потенціалом регіону / Т.П. Норкіна, З.О. Скарбун, Н.О. Тарханова // Економіка будівництва і міського господарства. – Т. 6. – №3. – 2010. – С. 144.