

**Антипцева О. Ю.**

## **СКЛАДОВІ ЗАГАЛЬНОЇ ЦІННОСТІ ВАКАНСІЇ ДЛЯ ПОТЕНЦІЙНОГО ПРЕТЕНДЕНТА НА РИНКУ ПРАЦІ**

В сучасних умовах формування цілісного та ефективного маркетингового впливу на всіх потенційних учасників ринкового обміну вимагає від підприємств суттєвих змін у підходах до управління персоналом. Кожна організація зацікавлена в залучені, закріплені та забезпечені подальшого розвитку саме висококваліфікованої робочої сили, пропозиція якої на ринку вкрай обмежена. Ці обставини зумовлюють актуальність проблеми ідентифікації критеріїв вибору місця працевлаштування потенційними робітниками та формування цінності вакантної посади для імовірного кандидата в системі маркетингу персоналу.

В сучасній економічній літературі опрацьовано окремі аспекти проблеми підвищення привабливості робочого місця, між тим узагальнення опублікованих за даною проблематикою робіт дозволяє зробити висновок, що проведені дослідження охоплюють перш за все питання визначення, систематизації та оцінки складових позитивного іміджу роботодавця за різними критеріями з метою формування бажаного сприйняття його характеристик цільовою групою. Водночас, поза увагою більшості вчених залишається проблема ефективного управління залученням персоналу шляхом формування організацією цінності вакантної посади для потенційного претендента, що зумовлює остаточний вибір певної пропозиції у загальній множені вакансій на ринку труда.

З нашої точки зору, вирішуючи проблему працевлаштування, потенційний кандидат обирає на ринку труда пропозицію, що здатна забезпечити йому максимальну цінність з урахуванням його природних здібностей, мобільності, особистих мотиваційних та психологічних установок, професійно – кваліфікаційних обмежень і цілей, демографічних характеристик та соціальних орієнтирів, в рамках припустимих витрат, які пов'язані з пошуком роботи, проходженням процедури закріплення за певною організацією та виконанням передбачених посадою службових обов'язків. Тому, цінність вакантної посади, що відчувається претендентом, визначається співвідношенням між загальними вигодами, які він очікує отримати після зарахування у штат організації, та загальними витратами, що обумовлені стандартною схемою проходження конкурсного відбору та працевлаштування, необхідністю реалізації закріплених за посадою повноважень і ступенем персональної відповідальності за кінцеві результати роботи. Вигоди, що очікує отримати кандидат, займаючи певну

посаду, пов'язані для нього з загальною цінністю, що обумовлена: цінністю існуючих характеристик бізнесу, цінністю грошової винагороди, цінністю додаткових преференцій при укладенні контракту, цінністю соціальних зобов'язань організації перед персоналом, цінністю змістовних характеристик праці та результатів власної діяльності, цінністю трудової кар'єри, цінністю накопиченого досвіду та результатів власної діяльності, цінністю внутрішньоорганізаційного статусу, цінністю окремих параметрів іміджу фірми.

Підсумовуючи ціннісні складові вакансії і зіставляючи їх із загальними витратами по її отриманню та подальшій реалізації делегованих повноважень, претендент обирає ту пропозицію на ринку труда, профіль якої максимально відповідає його загальним ціннісним очікуванням.