

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ-РОБОТОДАВЦІВ НА РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Польова В.В., Вєтрова В.В.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

В статті визначено сутність і природу економічної конкуренції та конкурентоспроможності підприємств-роботодавців на ринку робочої сили, окреслено основні тенденції ринку праці в Україні, проаналізовано найважливіші критерії вибору підприємств-роботодавців та критерії вибору пропозиції роботи, розроблено рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств-роботодавців.

Ключові слова: економічна конкуренція, ринок праці, конкурентоспроможність роботодавців, цінність пропозиції праці, управління персоналом, мотивація і оплата праці.

Постановка проблеми. Ефективне функціонування національного ринку праці на основі розвитку конкуренції стає основним трендом сфери трудових відносин, який спрямований на підвищення ефективності формування і використання національних трудових ресурсів та розглядається як базова передумова зростання національної конкурентоспроможності економіки України в цілому. На сьогоднішній день ситуацію на вітчизняному ринку праці можна охарактеризувати як багаторівневе конкурентне середовище, в якому наймані працівники конкурують за робочі місця й посади, а підприємства-роботодавці – за висококваліфікованих працівників.

Конкуренція – це суперництво між учасниками економічних відносин за обмежені ресурси: сировину, робочу силу, капітал, ринки збуту. З поняття «конкуренція» витікає і поняття конкурентоспроможність – здатність суб'єкта відповідати вимогам ринку, в тому числі ринку праці, та витримувати конкуренцію.

Високий рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку праці дозволяє залучити висококваліфікованих працівників та мотивувати персонал на високопродуктивну працю ціннісною пропозицією вакантних місць.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічну базу наукової роботи складають праці вітчизняних та зарубіжних вчених, які зробили вагомий внесок в дослідження економічної конкуренції на ринку праці, а саме: А. Херманна [1, с. 665], який розглядає корпоративну конкурентоспроможність на ринку праці як результат підприємницької винахідливості; Дж. Мічі та М. Шехан-Куїнн [2, с. 287], які досліджують взаємозв'язок між динамікою ринку праці та корпоративною ефективністю діяльності підприємств; Б. Кауфмана [3, с. 775–787], який доводить неможливість досконалої конкуренції на ринку праці; Л. Балабанової та Є. Сардак [4, с. 94–97], які діагностують конкурентоспроможність бренду роботодавця як його стратегічну конкурентну перевагу на ринку праці; Л. Лісогор [5, с. 109], яка розглядає макроекономічні, регуляторні,

зовнішньо-кон'юнктурні та інші чинники формування конкурентного середовища на ринку праці; Л. Кондрацької [6, с. 103–131], яка дає ґрунтовні рекомендації щодо формування і впровадження системи управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили; В. Лобанової [7, с. 63–65], яка так, як і М. Семікіна [8, с. 100], глибоко розкривають у своїх працях сутність та значення конкуренції та конкурентоспроможності на ринку праці.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не дивлячись на існування широкого кола робіт вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері управління економічною конкуренцією на ринку праці, сьогодні недостатня увага приділяється питанням визначення вимог до конкурентних переваг вітчизняних підприємств-роботодавців та факторам формування їх конкурентоспроможності на ринку праці.

Метою статті є дослідження конкурентної боротьби між підприємствами-роботодавцями за потенційних працівників на ринку робочої сили та розробка пропозиції щодо підвищення їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Предметом функціонування ринку трудових відносин є транзакції (операції) з купівлі-продажу здатності до праці між роботодавцями, які висувають певні вимоги до професійної компетенції кандидатів на конкретну посаду та пропонують певні умови праці і рівень заробітної плати, інші пільги й компенсації, і потенційними працівниками, які пропонують свої знання, уміння, талант і досвід на ринку. Результатом торгу стає усний договір, що відображає правовідносини сторін в частині купівлі-продажу робочої сили, та в подальшому закріплюється письмово в індивідуальному, колективному або трудовому договорі чи контракті.

Реалізація соціально-трудова відносин може відбуватися як з використанням, так і без використання принципу конкуренції. Відсутність використання принципу конкуренції можлива в сегментах ринку праці, що характеризуються перевищенням числа кандидатів

на вакантні посади над кількістю вільних вакансій. Це означає, що компанія-роботодавець має всі можливості для організації і проведення конкурсів на заміщення вакантних посад, а потенційні працівники мають можливість проявити себе при конкурсному відборі.

Натомість в умовах дефіциту кадрів підприємства-роботодавці змушені або приймати на роботу менш кваліфікованих працівників без жорсткого відбору, або вступати в боротьбу за кандидатів, використовуючи при цьому всі наявні конкурентні переваги.

Отже, на ринку праці можлива конкуренція двох основних видів: конкуренція між найманими працівниками за робочі місця та конкуренція між підприємствами-роботодавцями за потенційних працівників.

Об'єктом нашого дослідження є останній вид конкуренції, тому зупинимося на ньому докладніше.

Конкуренція роботодавців може бути охарактеризована як процес їх змагальної поведінки, обумовленої існуванням низки факторів [7, с. 65]:

- перевищення кількості пропозицій вакантних посад над реальною кількістю претендентів в конкретному сегменті ринку праці чи галузі;

- наявність працівників з унікальною професійною компетенцією, залучення на роботу яких забезпечить роботодавцю стійку конкурентну перевагу галузевого масштабу;

- застосування працівниками конкурентного типу поведінки при пошуку роботи, який виражається в систематичній пошуковій діяльності більш привабливого місця роботи, вищого рівня заробітної плати, умов для реалізації власних талантів та здібностей тощо.

Наразі останній фактор, на нашу думку, є найбільш характерним для ринку висококваліфікованих ІТ-спеціалістів, які щодня отримують в професійних соціальних мережах LinkedIn, Djinni, AngelList, TurboHiring та інших десятки запрошень та пропозицій працевлаштування від ІТ-рекрутерів.

Роботодавці починають конкурувати між собою за рахунок більш конкурентоспроможного поєднання параметрів конкретної вакансії, яка становить безпосередньо предмет конкуренції.

Таким чином, не лише на ринку товарів і послуг, а й на ринку праці, який в цілому тотожний за своєю сутністю ринку товарів і послуг, єдиним реальним способом існування бізнес-структур і головним критерієм їх успішності є висока конкурентоспроможність. Як ми бачимо, на ринку праці також є продавці і покупці робочої сили, а їх взаємовідносини регулюються ставкою заробітної плати. Але якщо питанню конкуренції працівників за робочі місця в теорії і практиці приділено достатньо уваги, то специфіка конкуренції компаній-роботодавців за висококваліфікованих

працівників та досвідчені кадри робітничих спеціальностей наразі досліджена мало.

Деякі автори [4, с. 94–97] розглядають сутність категорії конкурентоспроможність підприємства на ринку праці крізь призму оцінки й розвитку іміджу роботодавця, чи так званого HR-бренду. Але на наш погляд конкурентоспроможність підприємства на ринку праці це значно ширше поняття, а HR-бренд – лише один з інструментів, що забезпечує певні конкурентні переваги підприємств перед пошукачами роботи та HR-спільнотою.

Коли ми говоримо про конкурентоспроможність підприємства в цілому, то розуміємо здатність підприємства використовувати свої сильні сторони і концентрувати дії в тій галузі виробництва товарів і послуг, де вона може зайняти лідируючі позиції на внутрішньому і зовнішніх ринках.

Конкурентоспроможність підприємства на ринку праці також виростає з поняття конкуренції. Під конкуренцією між підприємствами на ринку праці необхідно розуміти процес боротьби за робочу силу потрібної якості, яка необхідна для досягнення встановлених підприємством цілей. В даному випадку, робоча сила потрібної кваліфікації виступає цільовою аудиторією підприємств-роботодавців.

І. Корогодін [9] під конкурентоспроможністю підприємства на ринку праці розуміє здатність підприємства володіти ціннісною пропозицією, яке приваблює і утримує цільову аудиторію підприємства-роботодавця, а також здатність даної ціннісної пропозиції витримувати конкуренцію з ціннісними пропозиціями аналогічних підприємств-конкурентів.

Сутність конкурентоспроможності підприємства на ринку праці розкривається через загальноекономічні категорії, при цьому її специфіка визначається специфічністю товару, тобто цільовою аудиторією (кваліфікований, досвідчений, талановитий або потенційно перспективний персонал) та її характеристиками (професійні знання, вміння, навички, ділові та особистісні якості та ін.), за яку ведуть боротьбу підприємства-роботодавці на ринку праці для забезпечення своєї подальшої конкурентоспроможності на ринку товарів і послуг.

Конкурентом підприємства на ринку праці є будь-яке підприємство, яке для досягнення намічених перед собою цілей привертає і утримує аналогічну цільову аудиторію.

Класифікація роботодавців-конкурентів представлена на рис. 1.

Показники конкурентоспроможності підприємства на ринку праці – це величини, які дозволяють оцінити результативність ціннісної пропозиції з точки зору поставлених цілей. Наприклад, конкурентоспроможність підприємства на ринку праці може визначатися успішністю діяльності в області підбору персоналу. Для даної підсистеми показниками кон-



Рис. 1. Класифікація роботодавців-конкурентів на ринку праці

Джерело: опрацьовано автором на основі даних [1–9]

курентоспроможності підприємства на ринку праці будуть виступати такі показники, як швидкість закриття вакансій, кількість рекомендацій компанії в якості роботодавця, кількість вакансій, закритих за рекомендаціями, відсоток прийнятих job offers.

За даними, оприлюдненими HeadHunter Україна [10] 18.09.2017–28.11.2017 р., в результаті проведеного двохетапного онлайн-опитування (перша хвиля вересень-жовтень: 2 225 респондентів; друга хвиля жовтень-листопад: 2 175 респондентів), а також експертного опитування (листопад 2017 р., 7 експертів) на основі врахування оцінок як пошукачів, так і експертів (співвідношення ваги оцінки – 60/40) визначено рейтинг найкращих роботодавців за регіонами України та у країні в цілому, з успіху та досвіду яких на ринку праці необхідно брати приклад (табл. 1).

Серед найважливіших критеріїв вибору підприємств-роботодавців 69% респондентів зазначили стабільність компанії, 40% – корпоративну культуру (цінності, місія) та 34% – соціальну відповідальність компанії. Матриця конкурентних переваг компаній-роботодавців, визначених респондентами в залежності від їх досвіду роботи наведена на рис. 2.

Серед найважливіших критеріїв вибору пропозиції роботи 83% респондентів зазначили заробітну плату, 35% – професійний розвиток, 32% – можливість кар'єрного зростання. Матриця критеріїв вибору пропозиції роботи, визначених респондентами в залежності від їх досвіду роботи наведена на рис. 3.

Компанії-роботодавці використовують найрізноманітніші інструменти для того щоб привернути увагу працівників і відібрати найкращі кадри. Найвпливовішими джерелами інформації про компанію-роботодавця за даними опитування HeadHunter Україна від 18 вересня – 28 листопада 2017 року, 56% опитаних респондентів вважають рекомендації знайомих, 45% – Інтернет-джерела з відгуками працівників, 31% – сайт компанії. Також значну долю інформації про роботодавця пошукачі черпають з соціальних мереж та кадрових порталів, адже сьогодні в якості найбільш популярних інструментів виступає просування через соціальні мережі і сайт компанії, який спрямований на дуже широку аудиторію.

Так, майже всі найбільш успішні компанії мають свою сторінку / групу в таких соціальних мережах, як Instagram та Facebook. Інший формат формування привабливості бренду-ро-

Таблиця 1

Рейтинг найкращих роботодавців України у 2017 році

Топ-20 кращих роботодавців України (компанії представлені в алфавітному порядку)				
1+1 Медіа	ДТЕК	Миронівський хлібопродукт		
АХА Страхування	Ернст енд Янг	Нова Пошта		
Ашан Україна	Київстар	ОЛХ		
Бай ер	Кока-Кола	ПриватБанк		
ВОГ	Лайфселл	Райффайзен Банк Аваль		
Водафон Україна	Майкрософт Україна	Укрсиббанк		
Делойт Україна	Макдональдс Україна			
Найкращі роботодавці. Регіональний фокус. 5 областей				
Дніпропетровська	Київська	Львівська	Одеська	Харківська
1+1 Медіа АХА Страхування Водафон Україна ДТЕК Ернст енд Янг Інтерпайп Київстар Кока-Кола Лайфселл Майкрософт Україна Макдональдс Україна	1+1 Медіа Бай ер Водафон Україна Ернст енд Янг Київстар Кока-Кола Лайфселл Майкрософт Україна Макдональдс Україна Нова Пошта	1+1 Медіа Бай ер Водафон Україна Київстар Кока-Кола Лайфселл Майкрософт Україна Макдональдс Україна Нестле СофтСерв	1+1 Медіа Водафон Україна Ді Ейч Ел Київстар Кока-Кола Лайфселл Люксофт Майкрософт Україна Макдональдс Україна Проктер енд Гембл Україна	1+1 Медіа Водафон Україна Ді Ейч Ел Ернст енд Янг Київстар Кока-Кола Майкрософт Україна Макдональдс Україна Нестле Філіп Морріс

Джерело: опрацьовано автором на основі даних [10]

Досвід пошукачів	Критерії вибору компаній-роботодавців			
Відсутній досвід	Стабільність компанії 69 %	Розташування офісу	Відгуки про компанію у відкритих джерелах	
До 1 року		Корпоративна культура 40 %	Розташування офісу	
1-2 роки				Соціальна відповідальність компанії 34 %
3-5 років				
6-10 років				
Понад 10 років				

Рис. 2. Матриця конкурентних переваг компаній-роботодавців, визначених респондентами в залежності від їх досвіду роботи

Джерело: опрацьовано автором на основі даних [10]

Досвід пошукачів	Критерії вибору пропозиції роботи		
Відсутній досвід	Заробітна плата 83 %	Можливість кар'єрного зростання 32 %	Графік роботи
До 1 року			Професійний розвиток 35 %
1-2 роки			
3-5 років			
6-10 років			
Понад 10 років		Зміст і масштаб задач	

Рис. 3. Матриця критеріїв вибору пропозиції роботи, визначених респондентами в залежності від їх досвіду роботи

Джерело: опрацьовано автором на основі даних [10]

роботодавця – це участь в заходах орієнтованих на певну аудиторію, прикладами можуть служити участь в ярмарках вакансії, які безпосередньо орієнтовані саме на бренд організації як роботодавця, лекції, конкурси, підтримка соціальних заходів та благодійність. Даний інструмент спрямований на більш вузьку ауди-

торію, але при цьому більш ефективний, так як дозволяє максимально залучити аудиторію.

У той же час для досягнення максимального ефекту, необхідно поєднувати різноманітні інструменти. Організаціям необхідно постійно підтримувати інтерес до своєї діяльності, оприлюднювати власні досягнення, переваги

й можливості працевлаштування саме на їхньому підприємстві.

Крім того при працевлаштуванні пошукачів підприємству важливо продемонструвати об'єктивну характеристику себе як роботодавця та підтвердити свою реальну конкурентоспроможність. Не можна забувати, що пошукачі аналізують підприємство не лише як роботодавця, але й як виробника або надавача послуг, що може здійснюватися шляхом оцінки якості та затребуваності його товару (послуг), спілкування зі споживачами та його співробітниками тощо.

Висновки і пропозиції. В умовах підвищення конкурентної боротьби підприємств-роботодавців за висококваліфікованих працівників,

які сьогодні є найціннішою складовою у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств, велику роль відіграє пошук дієвих інструментів та засобів формування комплексної системи конкурентних переваг підприємства на ринку праці.

В результаті проведеного дослідження авторами визначено сутність і природу економічної конкуренції та конкурентоспроможності підприємств-роботодавців на ринку робочої сили, окреслено основні тенденції ринку праці в Україні, проаналізовано найважливіші критерії вибору підприємств-роботодавців та критерії вибору пропозиції роботи, розроблено рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств-роботодавців.

Список літератури:

1. Herrmann A.M. Rethinking the link between labour market flexibility and corporate competitiveness: a critique of the institutionalist literature / A.M. Herrmann // *Socio-Economic Review*, 2008. – Vol. 6, Issue 4. – P. 637–669.
2. Michie J., Sheehan-Quinn M. Labour Market Flexibility, Human Resource Management and Corporate Performance / J. Michie, M. Sheehan-Quinn // *British Journal of Management*, 2001. – No. 12(4). – P. 287–306.
3. Kaufman B.E. The impossibility of a perfectly competitive labour market / B.E. Kaufman // *Cambridge Journal of Economics*, 2007. – No. 31. – P. 775–787.
4. Балабанова Л.В., Сардак Е.В. Диагностика конкурентоспособности бренда предприятия-работодателя / Л.В. Балабанова, Е.В. Сардак // *Економічний Часопис – XXI*, 2013. – Том 1. – № 1–2. – С. 94–97.
5. Лісогор Л.С. Чинники формування конкурентного середовища на ринку праці / Л.С. Лісогор // *Демографія та соціальна економіка*, 2008. – № 2. – С. 104–114.
6. Кондрацька Л.П. Управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили: дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Л.П. Кондрацька. – Тернопіль: ТДЕУ, 2005. – 180 с.
7. Лобанова В.В. Сущность и значение конкуренции для рынка труда / В.В. Лобанова // *Экономика: теория и практика*. – 2012. – № 1(25). – С. 60–68.
8. Семикіна М.В. Конкуренція і конкурентоспроможність на ринку праці: методологія визначення / М.В. Семикіна // *Демографія та соціальна економіка*, 2008. – № 2. – С. 94–103.
9. Корогодін І.Т. Научные принципы и подходы к анализу конкурентоспособности на рынке труда / И.Т. Корогодін // *Человек в постиндустриальном обществе: сб. науч. статей по мат. международной науч.-практ. конф.*, 2013. – ВГУ. – С. 59–65.
10. HeadHunter Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hh.ua>.

Полевая В.В., Ветрова В.В.

Харьковский национальный университет строительства и архитектуры

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ-РАБОТОДАТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ТРУДА В УКРАИНЕ

Аннотация

В статье определена сущность и природа экономической конкуренции и конкурентоспособности предприятий-работодателей на рынке рабочей силы, обозначены основные тенденции рынка труда в Украине, проанализированы важнейшие критерии выбора предприятий-работодателей и критерии выбора предложения работы, разработаны рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятий-работодателей.

Ключевые слова: экономическая конкуренция, рынок труда, конкурентоспособность работодателей, ценность предложения труда, управление персоналом, мотивация и оплата труда.

Polova V.V., Vietrova V.V.

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF RESEARCH
OF ECONOMIC COMPETITION OF ENTERPRISES-EMPLOYERS
ON THE LABOUR MARKET IN UKRAINE**

Summary

The essence and nature of economic competition and competitiveness of employers' enterprises in the labour market are determined in the article, the main tendencies of the labour market in Ukraine are outlined, the most important criteria for selection of employer enterprises and criteria for choosing the job offer are analyzed, and recommendations for increasing the competitiveness of employers are developed.

Keywords: economic competition, the labour market, the competitiveness of employers, the value of labour supply, personnel management, motivation and remuneration.