

# Модель оценки конкурентоспособности предприятия на рынке квалифицированного труда

Макоцеба Николай Владимирович

*студент 4-го курса*

*Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, Киев, Украина*

*E-mail: myalias@ukr.net*

## Введение

От способности предприятия заинтересовать и удержать высококвалифицированных работников, от умения рационально использовать и развивать их потенциал для достижения поставленных целей, зависит не только уровень его конкурентоспособности, но и перспективы функционирования в долгосрочном периоде. Осознание необходимости ведения "борьбы" за талантливых работников привело отечественные компании к разработке собственных или адаптации иностранных интегральных систем обеспечения конкурентоспособности на рынке труда, что прежде всего требовало в теоретического обоснования стратегических целей предприятия на рынке высококвалифицированного труда и тактических действий по их достижению.

Конкурентоспособность предприятия (КСП) на рынке труда — это совокупность параметров и характеристик, существующих на данный момент и способных возникнуть в будущем: отношений и взаимосвязей предприятия с его фактическими и потенциальными работниками, а также параметров внутренней среды предприятия, которые дают возможность удовлетворять потребности в работниках, численность, квалификация и мотивированность которых обеспечивает эффективное достижение стратегических и тактических целей предприятия в условиях постоянно изменяющейся рыночной среды. Таким образом, КСП на рынке труда — это, во-первых, способность предприятия быть приоритетным при выборе места работы потенциальным работником, во-вторых, способность удержать и мотивировать имеющиеся человеческие ресурсы, в-третьих, способность достичь определенного уровня эффективности.

Конкурентоспособность предприятия на рынке труда прямо зависит от способности предприятия своевременно предложить работнику конкурентоспособный набор благ, который давал бы возможность формировать, развивать и реализовать потенциал работника. Другими словами — от способности эффективно удовлетворить запросы реальных и потенциальных работников.

## Методы

Для управления КСП на рынке труда важное значение имеет её правильная оценка, чему и посвящена эта работа. Расчет КСП мы проводили для отдельных групп работников: топ-менеджмент (ТМ) — президенты, генеральные директора, региональные менеджеры, коммерческие и финансовые директора; high-менеджмент (НМ) — заместители директоров, директора департаментов, заместители начальников департаментов, руководители служб, начальники управлений; middle-менеджмент (ММ) — заместители начальников управлений, начальники отделов, заместители начальников отделов, руководители проектов, бренд-менеджеры; low-менеджмент (LM) — главные специалисты, менеджеры, офис-менеджеры, секретари. Понятно, что в зависимости от категории персонала, вес как отдельных элементов компенсационного пакета, так и его структура будет изменяться. При построении интегрального критерия КСП в модель были включены показатели, которые характеризуют такие три аспекта КСП на рынке труда: оценка компенсационного пакета, оценка системы мотивации труда, оценка результатов хозяйственной деятельности предприятия.

Пусть  $R$  — интегральный показатель, который характеризует рейтинг предприятия как работодателя, тогда его расчет осуществляется следующим образом:

$$R: F(X): a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + \dots + a_nx_n,$$

где  $x_1, x_2, \dots, x_p$  — независимые переменные (показатели) нашей модели;  $a_1, a_2, \dots, a_p$  — параметры модели, которые определяют вес каждой переменной;  $a_0$  — свободный член, назначение которого состоит в приведении критического значения показателя R (линии деления) к заранее определенной величине, например, к нулю.

В качестве переменных в модель были включены такие показатели:

- $X_1$  — затраты компании на employer branding в расчёте на одного работника;
- $X_2$  — затраты, связанные с ротацией персонала в расчёте на одного работника;
- $X_3$  — базовая заработная плата работника (или средний её уровень по предприятию);
- $X_4$  — средняя величина индивидуальных денежных надбавок  $((\max + \min)/2)$ ;
- $X_5$  — средний размер премии, одноразовых денежных выплат за коллективные достижения за год  $((\max + \min)/2)$ ;
- $X_6$  — средние затраты на обучение одного работника за год;
- $X_7$  — размер непрямых денежных выплат на одного работника.

Показатели  $X_1$  —  $X_7$  были выбраны из всей совокупности возможных индикаторов не случайно, они лучше всех соответствуют следующим требованиям: уровень корреляционной связи между отдельными показателями должен быть минимальным; значение показателей должны существенно колебаться по разным группам предприятий и быть максимально приближенными внутри группы; показатели должны быть объективными и информативными.

## Результаты

Основные эконометрические расчеты в рамках построения модели сводятся к определению ее параметров, то есть влияния каждого элемента на величину рейтинга. Согласно проведенным расчетам, важнейшим критерием при выборе рабочего места для менеджеров среднего ранга есть базовый уровень заработной платы, именно он делает основной вклад (33%) в формирование рейтинговой оценки КСП на рынке труда. Следует отметить, что несмотря на весомое влияние уровня заработной платы на рейтинг предприятия, роль ее далеко не определяющая. Почти на 77% успешность предприятия на рынке труда зависит от других шести факторов. Это должно заставить задуматься большинство отечественных работодателей и изменить свое отношение к заработной плате как основному инструменту привлечения, сохранения и мотивирования высококвалифицированных работников.

На основе выше продемонстрированного алгоритма, мной была сделана попытка построить комплексную систему анализа КСП на рынке труда и оценить способность компаний быть приоритетными при выборе места работы менеджерами среднего ранга. В качестве источников статистической информации выступили “Деловой журнал”, “Инвестиционная газета” и их электронные базы данных, изложенные в Интернете.

Имея на вооружении комплексную модель анализа КСП на рынке труда, предприятие может эффективно проводить экспресс-диагностику своего рейтинга как работодателя с целью выявления своей способности привлечь, удержать и мотивировать работников необходимой квалификации. Такая модель также дает возможность своевременно обнаруживать и оптимальным способом одолеть отрицательные тенденции на рынке труда; рационально распределить свои ресурсы для достижения заданного уровня конкурентоспособности, тем самым максимизируя свою прибыль.