

Анотація

Робота присвячена проблемі працевлаштування. Розглянуто вплив соціально-психологічних предикторів, щодо очікування від компанії працедавця. Сучасні компанії намагаються привернути до себе кваліфікованих робітників. Через це заробітна плата вже не настільки актуальна для молодого покоління, адже вони мають духовні, культурні та соціальні потреби. Розвитком корпоративної культури і задоволенням очікуванням працівників є бренд-роботодавця. В роботі запропоновані варіанти покращення стратегії бренду, застосовуючи індивідуальний підхід до співробітників та можливих працівників, що базується на врахуванні їх предикторів .

Ключові слова: бренд роботодавця, компанія роботодавця, соціально-психологічні предиктори, індивідуальний підхід, стратегія бренду.

Annotation

The work is devoted to the problem of employment. The impact of socio-psychological predictors on expectations from the employer's company is considered. Modern companies are trying to attract qualified workers. Because of this, wages are no longer so relevant for the younger generation, because they have spiritual, cultural and social needs. The development of corporate culture and satisfaction of employee expectations is the employer brand. The work offers options for improving the brand strategy, applying an individual approach to employees and possible employees, based on taking into account their predictors.

Key words: employer brand, employer company, socio-psychological predictors, individual approach, brand strategy.