

# ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

**Батюк Анна Анатоліївна,**  
*к. держ. упр., доцент кафедри політології та філософії,  
Харківський регіональний інститут державного управління  
Національної академії державного управління при Президентові України,  
м. Харків  
ORCID 0000-0003-2579-5578*

УДК 351.331

doi: 10.34213/tp.19.03.20

## УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ НА РИНКУ ПРАЦІ У ПРОЦЕСІ ПЕРВИННОГО ПРОФІЛЮВАННЯ ОСІБ

Розглянуто методика первинного профілювання осіб. Досліджено нову категорію фахівців служби зайнятості “кар’єрний радник”. Проаналізовано етапи первинного профілювання. Визначено аспекти успішної взаємодії та взаєморозуміння на ринку праці. Виділено бар’єри, що виникають на шляху до ефективної комунікації. Обґрунтовано важливість урахування особистих якостей та настроїв клієнтів центрів зайнятості у процесі обслуговування. Запропоновано заходи з удосконалення комунікативної компетентності фахівців центрів зайнятості.  
**Ключові слова:** комунікація, ринок праці, первинне профілювання, взаємодія, взаєморозуміння, компетентності.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства та комунікативних процесів загострюються суперечності на ринку праці. Продуктивна та ефективна зайнятість населення, тривалість періоду безробіття перебуває у прямій залежності від якісної комунікаційної стратегії. Комунікації у сфері зайнятості населення є багатоскладовим процесом, що ґрунтується на статистичних та аналітичних даних ринку праці, а також враховує всі чинники впливу на робочу силу. У цьому аспекті проявляються проблеми ефективності комунікативної взаємодії на ринку праці та роботи фахівців із працевлаштування.

Особисті якості клієнта служби зайнятості, його психологічний стан мають значний вплив на якість та ефективність отриманих послуг, а також на його подальший пошук роботи. Безробітні – це особлива соціальна група суспільства, що потребує відповідного підходу. Тому розроблення та розширення спектра ефективних форм психосоціальної підтримки, допомоги та впливу, урахування індивідуальних особливостей та стану безробітної особи є вкрай актуальним завданням у процесі комунікативної взаємодії з клієнтом служби зайнятості.

Комунікації на ринку праці є основою взаємозв’язку між робочою силою та роботодавцями. Ефективна комунікація на ринку праці впливає на зменшення рівня безробіття населення та сприяє підвищенню продуктивності праці. Зростання показників результативності праці населення виступає головним засобом зростання рівня життя населення. Таким чином, для підвищення рівня зайнятості населення набуває актуальності необхідність упровадження ефективних форм комунікативного зв’язку на ринку праці.

© Батюк А. А., 2019

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню поняття “комунікації” присвячено безліч праць не тільки наших сучасників, але й науковців Середньовіччя. Серед вітчизняних науковців дослідженням комунікацій займалися Ю. Бондар [1], О. Бухтатий [2], Г. Головченко [2], Є. Драчов [3], О. Радченко [2], В. Різун [10] та ін.

Сучасні наукові підходи до визначення поняття “комунікації” в державному управлінні визначив В. Друк [4]. Комунікації як засобу взаємодії державних органів влади та громадськості вивчає В. Мазур [7]; комунікацію як засіб транспарентності державного управління розглядає у своїх працях Є. Романенко [11]. Проблему комунікацій з різних точок зору визначено у словнику з державного управління за редакцією Ю. Ковбасюка, В. Троцинського, Ю. Сурміна. Зокрема, Н. Мажник розуміє комунікацію в державному управлінні як невід’ємний елемент комунікації менеджменту, що розглядається як інформаційна взаємодія між людьми [5]. Разом із тим залишаються сфери державного управління, у яких комунікативні процеси потребують більш глибокого вивчення. А саме необхідне визначення ефективних методів та засобів впливу для налагодження зв’язку з громадськістю в соціальних сферах, зокрема в роботі центрів зайнятості.

**Мета статті** полягає у вивченні та аналізі наявної методики первинного профілювання осіб та вдосконалення комунікативної компетентності працівників центрів зайнятості з метою розвитку стратегічних комунікацій у сфері зайнятості населення.

На основі поставленої мети визначено основні завдання дослідження: проаналізувати новий підхід центрів зайнятості до обслуговування клієнтів, розглянути Методику здійснення первинного та поглибленого профілювання осіб, які шукають роботу та зареєстрованих безробітних, визначити основні фактори, що заважають взаєморозумінню та встановленню контакту під час профілювання, визначити методи підвищення ефективності комунікацій між фахівцем та клієнтом центру зайнятості, запропонувати заходи щодо вдосконалення комунікацій на ринку праці.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій створює нові виклики на ринку праці. З’являються нові форми і види зайнятості, висуваються нові вимоги до компетентності працівників, навичок та рівня освіти. Як наслідок підвищується ризик дефіциту кадрів та збільшення рівня безробіття.

У 2018 р. з прийняттям Постанови Кабінету Міністрів України № 792 державна служба зайнятості змінила свій підхід до обслуговування клієнтів та запровадила нові сервісні послуги [8]. Зокрема, було запроваджено індивідуальний підхід до надання послуг, профілювання особистих потреб, введено в роботу нову категорію спеціалістів “кар’єрний радник”.

Кар’єрний радник працює з кожним клієнтом окремо, він може побачити перешкоди, які стоять перед клієнтом на ринку праці, та допоможе подолати їх. Радник розмовляє, спостерігає та слухає, а не витрачає час на занесення інформації в базу даних. Взаємодія клієнта і кар’єрного радника будується на взаємних зобов’язаннях особи і служби зайнятості задля досягнення єдиної мети – працевлаштування людини. Такий підхід дозволяє змінити модель комунікацій між клієнтом та фахівцем служби зайнятості з монологу на діалог із визначенням та досягненням кінцевої мети співробітництва.

Для того щоб досягти ефективної та продуктивної зайнятості населення необхідна злагоджена робота державної служби зайнятості за “тріадою обслуговування клієнтів”: кар’єрний радник – консультант роботодавця – активні заходи з реалізації державної політики зайнятості, а це можливо лише за наявної стратегії та налагоджених комунікацій.

Наразі вже затверджено та введено в дію на регіональному рівні Методика здійснення первинного та поглибленого профілювання осіб, які шукають роботу та зареєстрованих безробітних. Методика передбачає виконання Порядку проведення профілювання безробітних осіб, зареєстрованих у державній службі зайнятості [9].

Цей Порядок розроблено з метою визначення процедури профілювання категорій безробітних осіб, які мають труднощі при працевлаштуванні та є схильними до ризику тривалого (понад шість місяців) безробіття, потребують підтримки у працевлаштуванні за допомогою реалізації набору програм сприяння зайнятості населення.

Метою профілювання є виявлення тих осіб, які перебувають у стані ризику тривалого безробіття, та своєчасне залученню їх до спеціальних програм сприяння зайнятості населення для прискоренню процесу працевлаштування.

У цілому ефективно упровадження профілювання має вдосконалити раціональний розподіл фінансових та людських ресурсів, що спрямовані на допомогу безробітним, а також зменшити кількість безробітних осіб та підвищити ефективність роботи Державної служби зайнятості.

Під час процедури профілювання після ухвалення рішення про надання статусу безробітного клієнт служби зайнятості направляється на індивідуальну зустріч до фахівця, який проводить оцінювання ризику тривалого безробіття шляхом аналізу даних персональної картки, анкетування безробітної особи з метою визначення рівня мотивації до працевлаштування та потенціалу працевлаштування.

Рівень мотивації до працевлаштування та потенціалу працевлаштування може бути визначено як високий, середній або низький. Залежно від того який рівень мотивації та потенціалу до працевлаштування було визначено фахівцем служби зайнятості, клієнту служби зайнятості пропонується низку заходів щодо сприяння зайнятості, які також визначено в Методиці здійснення первинного та поглибленого профілювання осіб, які шукають роботу та зареєстрованих безробітних (таблиця) [9].

Зокрема, для безробітних осіб із низьким рівнем мотивації до працевлаштування фахівець державної служби зайнятості обирає заходи і послуги щодо сприяння зайнятості, спрямовані на підвищення їхнього рівня мотивації. Для осіб із низьким потенціалом працевлаштування варто пропонувати послуги, що підвищуватимуть їхню конкурентоспроможність на ринку праці. У свою чергу, для осіб із високим рівнем мотивації до працевлаштування і потенціалом працевлаштування доцільно забезпечити інформацією щодо стану ринку праці та попиту на професії для якнайшвидшого пошуку роботи.

## Перелік профільних груп та заходів сприяння зайнятості [9]

Профільні групи	Опис профілю	Заходи сприяння зайнятості
<b>Профільна група 1</b> Рівень мотивації до працевлаштування – високий Рівень потенціалу працевлаштування – високий	- повна відповідність особистих і професійних якостей до вимог ринку праці; - готовність розпочати роботу; - бажання працювати та активність у пошуку роботи; - наявність професії, на яку є попит на ринку праці; - наявність досвіду роботи, умінь та навичок; - відсутність досвіду тривалого безробіття; - відсутність медичних протипоказань до роботи за наявною професією	Мінімальний базовий набір програм сприяння зайнятості: - інформування безробітної особи про наявні вакансії; - добір роботи; - участь у постійно діючих мініярмарках та ярмарках вакансій, презентаціях роботодавця, днях відкритих дверей; - семінар із загальних питань зайнятості населення та стану ринку праці
<b>Профільна група 2</b> Рівень мотивації до працевлаштування – високий Рівень потенціалу працевлаштування – середній або низький	- наявність бажання працювати та активність у пошуку роботи; - наявність навичок пошуку роботи, самопрезентації; - недостатній рівень кваліфікації; - відсутність професії; - наявність спеціальності, що не користується попитом на ринку праці; - відсутність стажу роботи; - наявність тривалої перерви в роботі	- мінімальний базовий набір програм сприяння зайнятості; - послуги з професійної орієнтації; - послуги з професійного навчання; - добір громадських та інших робіт тимчасового характеру; - орієнтація на підприємництво та самозайнятність; - соціальний супровід при працевлаштуванні (за згодою безробітної особи)
<b>Профільна група 3</b> Рівень мотивації до працевлаштування – середній або низький Рівень потенціалу до працевлаштування – середній або низький	- низький рівень кваліфікації; - відсутність стажу роботи за спеціальністю (професією); - відсутність навичок самопрезентації; - наявність значних труднощів у процесі пошуку роботи	- мінімальний базовий набір програм сприяння зайнятості; - семінари з техніки пошуку роботи; - ознайомлення з успішним досвідом інших клієнтів у пошуку роботи; - орієнтація на підприємництво та самозайнятність; - засоби психологічної підтримки із залученням партнерських організацій, що надають соціальні, психологічні послуги; - участь у мотиваційних заходах; - послуги з професійної орієнтації; - послуги з професійного навчання; - добір громадських та інших робіт тимчасового характеру; - соціальний супровід при працевлаштуванні (за згодою безробітної особи)
<b>Профільна група 4</b> Рівень мотивації до працевлаштування – середній або низький Рівень потенціалу працевлаштування – високий	- наявність професії, на яку є попит на ринку праці; - наявність досвіду роботи за фахом (професією), вмінь та навичок; - відсутність бажання працювати	- мінімальний базовий набір програм сприяння зайнятості; - ознайомлення з успішним досвідом інших клієнтів у пошуку роботи; - семінари з техніки пошуку роботи; - засоби психологічної підтримки із залученням партнерських організацій що надають соціальні, психологічні послуги; - участь у мотиваційних заходах
<b>Профільна група 5</b> Рівень мотивації до працевлаштування – низький Рівень потенціалу працевлаштування – низький	- неготовність стати до праці; - наявність тривалої перерви в роботі; - відсутність досвіду роботи; - наявність частих змін місця роботи; - наявність звільнень за дисциплінарні порушення трудової дисципліни; - налаштованість на максимально довге перебування в статусі безробітного; - наявність серйозних проблем зі здоров'ям; - відсутність професії (спеціальності) на ринку праці; - неволодіння необхідними навичками та вміннями пошуку роботи	- мінімальний базовий набір програм сприяння зайнятості; - послуги з професійної орієнтації; - послуги з професійного навчання (стажування); - тренінги щодо побудови кар'єри та професійного розвитку; - професіографічна екскурсія; - добір громадських та інших робіт тимчасового характеру; - засоби психологічної підтримки із залученням партнерських організацій що надають соціальні, психологічні послуги; - ознайомлення з успішним досвідом інших клієнтів у пошуку роботи; - соціальний супровід при працевлаштуванні (за згодою безробітної особи)

Процедура профілювання безробітних осіб згідно із затвердженою Методикою передбачає взаємодію фахівця центру зайнятості з безробітною особою за чітко визначеними етапами. Увесь процес можна поділити на вісім етапів: встановлення контакту, професійне оцінювання та соціальна діагностика особи, планування роботи зі сприяння працевлаштуванню, її виконання, моніторинг, оцінювання результатів, завершення, соціальний супровід після працевлаштування.

Першим і найважливішим етапом процедури профілювання є встановлення контакту фахівцем центру зайнятості з безробітною особою, налагодження якого має безпосередній вплив на всю подальшу роботу зі сприяння зайнятості. На цьому етапі передбачається налагодження взаємодії та ефективної комунікації з клієнтом, використання базових навичок консультування та прийомів активного слухання, спостереження невербальних проявів безробітної особи, аналіз вербальної комунікації особи.

Під взаємодією слід розуміти процес безпосереднього або опосередкованого впливу суб'єктів одне на одного, які породжують причинну зумовленість і взаємозв'язок їхніх дій. Цей процес потребує активності та взаємною спрямованості дій тих людей, які беруть у ньому участь [6].

Особа, яка звертається до служби зайнятості по допомогу, сподівається, що її вислухають, зрозуміють, дадуть відповідь на запитання, для чого потрібні певні комунікативні навички. Комплексне та компетентне використання різних видів психологічного впливу є важливим складником у роботі з клієнтами служби зайнятості. Правильний добір засобів і механізмів впливу сприяє досягненню оптимального результату взаємодії з особою, спрямовує її на саморозвиток та навчання, сприяє формуванню в неї високих моральних якостей, реалізації творчих здібностей та можливостей самовдосконалення з метою подальшого успішного працевлаштування.

Проте вибудована успішна взаємодія – це не єдиний фактор досягнення ефективної комунікації. Велике значення має правильне взаєморозуміння суб'єктів комунікації. Взаєморозуміння означає однакове тлумачення та розшифрування інформації обох учасників комунікації. Під взаєморозумінням передбачається здатність оцінити та враховувати стан співбесідника та осмислити отримані повідомлення з погляду їхніх авторів.

У процесі комунікації можуть виникати деякі фактори, що зважають досягненню взаєморозуміння між співрозмовниками. Бар'єром на шляху до взаєморозуміння є емоції, що можуть впливати на логіку викладу, мовлення, заважають слухати уважно іншого і зрозуміти його. Бар'єром також виступають моральні та психологічні настанови особистостей. Деякі люди досить скептично ставляться до центрів зайнятості, з недовірою до можливостей успішного працевлаштування ними безробітних із високою заробітною платою. Це впливає на результативність комунікацій і сприйняття інформації.

Класифікація комунікативних бар'єрів за видами:

- 1) психологічні бар'єри (перше враження, упередженість, негативні настанови, елементарний страх перед контактуванням з людиною, страх бути "зрозумілим неправильно", віковий, гендерний);
- 2) змістовні бар'єри (фонетичні, семантичні, стилістичні, логічні);
- 3) індивідуальні бар'єри (недостатнє розуміння важливості інформації, неповне сприйняття інформації, погана структура повідомлень, фактор пам'яті);
- 4) соціально-культурні бар'єри (етичні, рольові, неавторитетності, різного світосприйняття);

- 5) економічні, географічні та часові бар'єри;
- 6) проблеми каналів і засобів поширення інформації;
- 7) відсутність зворотного зв'язку від співрозмовника.

Щоб досягти під час роботи з клієнтом взаєморозуміння фахівці служби зайнятості повинні враховувати не лише потреби, інтереси, настанови іншого, а й думати про те, як він ставиться до можливостей служби зайнятості, інтересів та потреб роботодавця, яким він бачить фахівця служби зайнятості, як інтерпретує ваші емоційні реакції й думки.

Для досягнення взаєморозуміння варто подолати чи обійти бар'єри, що виникають під час комунікації. До методів підвищення ефективності комунікації та уникнення бар'єрів можна віднести:

- чітко та доступне для сприйняття викладу та формулювання інформації;
- ввічливе та спокійне мовлення;
- вміння слухати та розуміти співрозмовника;
- зворотний зв'язок у процесі комунікації;
- аналіз отриманої інформації від співрозмовника.

Також виявляється доцільним інколи відтворювати поведінку, слова, інтонації, жести співрозмовника, що на психологічному рівні є свідченням того, що людину уважно слухають, розуміють, ставляться до неї з повагою та серйозно.

Обслуговування клієнтів служби зайнятості не повинно обтяжуватися зайвим формалізмом. Весь процес має бути гнучким, динамічним. Спеціалісти центру зайнятості повинні володіти необхідними засобами налагодження ефективної комунікації та навичками комунікативного впливу, а також чітко знати й розуміти свій функціональні інструменти і межі повноважень, щоб на основі їх ухвалювати індивідуальні рішення щодо кожного клієнта. Враховуючи те, що передбачити та описати всі життєві ситуації, у які можуть потрапити клієнти служби зайнятості, неможливо, підтверджується актуальність індивідуального підходу. У цьому аспекті розвиток навичок ухвалення індивідуальних рішень фахівцями служби зайнятості є вкрай важливим.

**Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.** Трансформаційні процеси, що відбуваються з розвитком інформаційного суспільства впливають на всі сфери життя. Мобільний зв'язок, Інтернет, комп'ютери, ноутбуки, планшети, технології віддаленого доступу, електронний документообіг змінили раніше звичні моделі комунікації. У цьому аспекті набуває необхідності зміни векторів діяльності державної служби зайнятості. Зміна усталеного стереотипу служби зайнятості як "соціальної каси" з виплати допомоги з безробіття на особистого консультанта та надійного посередника між роботодавцями та робочою силою. Виплати з безробіття існують як супутня допомога особам, які знаходяться у скрутному становищі та не мають постійної роботи.

Наразі головним завданням спеціалістів служби зайнятості є встановлення такого рівня комунікацій із клієнтами, щоб зацікавити громадян постійно тримати в тонусі свою кар'єру та донести переваги легальної зайнятості. Таким чином, перспективою подальших розвідок може бути подальший розвиток комунікаційних напрямів роботи з роботодавцями та підходів до упровадження активних заходів державної політики зайнятості населення.

Підсумовуючи, важливо зазначити, що комунікації на ринку праці мають впливати на розуміння клієнтами служби зайнятості аспектів її діяльності та можливих послуг, формувати настрої безробітних осіб у процесі працевлаштування, а також визначати очікування клієнтів у процесі отримання

послуг від служби зайнятості. Кінцевою метою комунікацій між фахівцем служби зайнятості та клієнтом є успішне працевлаштування, яке сприятиме формуванню сталої думки щодо ефективності роботи служби зайнятості.

З метою подолання стереотипів щодо служби зайнятості як неефективного органу у процесі пошуку постійної роботи з гідною заробітною платою необхідно проводити активну соціальну кампанію для роз'яснення нового виміру змін на ринку праці та покращання бренду державної служби зайнятості. Державна служба зайнятості має надавати конкурентні послуги на ринку праці, які будуть користуватися попитом, тим паче, що для цього є необхідні законодавчі умови та розгалужена мережа центрів зайнятості

У процесі профілювання фахівці служби зайнятості повинні виявляти здібності та можливості клієнта, до чого у нього є хист, а не формально направляти на навчання без аналізу альтернатив. У цьому аспекті доцільно підвищувати рівень комунікативної компетентності фахівців, постійно проводити навчальні семінари та психологічні тренінги щодо налагодження взаємодії та ефективної комунікації з клієнтом.

Завдання державної служби зайнятості – розкрити додаткові можливості для працевлаштування населення, не витрачаючи довгого періоду часу для підготовки до повернення на ринок праці.

#### Список використаних джерел

1. Бондар Ю. Книжкові видання як форма соціальної та політичної комунікації. *Вісник Книжкової палати*. 2013. № 10. С. 39–41. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp\\_2013\\_10\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2013_10_12).
2. Бухтатий О., Радченко О., Головченко Г. Україна медійна: на порозі інформаційної революції. Київ : Видавець СВС Панасенко, 2015. 208 с.
3. Драчов Є. В. Сутність та функції комунікації в системі державного управління. *Науковий вісн. Академії муніцип. управління*. Серія “Управління”. 2014. № 3. С. 159–167.
4. Друк В. В. Сучасні наукові підходи щодо дослідження поняття “комунікація” в державному управлінні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. № 4. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1062>.
5. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуненко, А. Михненко та ін. ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. Київ, 2010. 820 с.
6. Етика ділового спілкування : курс лекц. / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка, М. П. Лукашевич, І. Б. Осечинська. 2-ге вид., стереотип. Київ : МАУП, 2003. 208 с.
7. Мазур В. Г. Комунікації як механізм взаємодії державних органів влади та громадськості на регіональному рівні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2011. Вип. 8. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=313>.
8. Про затвердження Порядку реєстрації, перереєстрації безробітних та ведення обліку осіб, які шукають роботу : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 верес. 2018 р. № 792. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/792-2018-%D0%BF> (дата звернення : 10.08.2019).
9. Профілювання та кейс-менеджмент в сфері зайнятості населення : метод. посіб. / авт. кол. ; заг. ред. О. Іванова, О. Волгіна ; ПРООН в Україні, Проект “Підтримка реформи соціального сектору в Україні”. Київ : Vaite, 2017. 72 с.
10. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : ВЦ “Просвіта”, 2008. 260 с.
11. Романенко Є. О. Становлення та розвиток комунікативної політики держави : дис. ... д-ра держ. упр. : 25.00.01 – теорія та історія державного управління. Київ, 2015. 453 с.

#### References

1. Bondar, Y.(2013). Knyzhkovi vydannya yak forma sotsialnoyi ta politychnoyi komunikatsiyi. *Visnyk Knyzhkovoyi palaty*, 10, 39–41 [in Ukrainian]
2. Buchtatyi, O., Radchenko, O. and Holovchenko, H. (2015). *Ukraina medijna: na porozii informatsijnoi revoliutsiji* [Media Ukraine: on the threshold of the information revolution]. Kyiv: SVS Panasenka [in Ukrainian].

3. Drachov, Y.V. (2014). The essence and function of communication in public administration. *Naukovyj visnyk Akademii munitsypalnoho upravlinnia*, 3, 159–167 [in Ukrainian].
4. Druk, V.V. (2017). Suchasni naukovi pidkhody shchodo doslidzhennya ponyattya “komunikatsiya” v derzhavnomu upravlinni. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennya ta rozvytok*, 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1062> [in Ukrainian].
5. Entsylopedic Dictionary of Public Administration. (2010). V. Surmin, A. Bakumenko, A. Muchnenko (Eds.). Kyiv [in Ukrainian].
6. Etyka dilovoho spilkuvannya: kurs lektsiy. (2003). T.K. Chmut, H.L. Chayka, M.P. Lukashevych, I.B. Osechynska (Eds.). Kyiv: MAUP [in Ukrainian].
7. Mazur, V.H. (2011). Communication as a mechanism of interaction between public authorities and the public at regional level. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennya ta rozvytok*, 8. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=313>.
8. Pro zatverdzhennya Poryadku reyestratsiyi, perereyestratsiyi bezrobotnykh ta vedennya obliku osib, yaki shukayut robotu: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 19 veres. 2018 r. No. 792. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/792-2018-%D0%BF>.
9. Profilyuvannya ta keys-menedzhment v sferi zaynyatosti naseleennya. (2017). O. Ivanova, O. Volhina (Eds.). Kyiv: Vaite. [in Ukrainian].
10. Rizun, V.V. (2008). Teoriia masovoi komunikatsii [The theory of mass communication]. Kyiv: Prosvita [in Ukrainian].
11. Romanenko, Y.O. (2015). Stanovlennia ta rozvytok komunikativnoi polityky derzhavy [The formation and development of the communication policy]. *Candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].

**Batiuk A. A.**, PhD in Public Administration, Associate Professor of *Politicalology and Philosophy Department, KRI NAPA, Kharkiv*  
ORCID 0000-0003-2579-5578

### **IMPROVEMENT OF COMMUNICATIONS IN LABOR MARKET DURING PRIMARY PROFILING OF WORKFORCE**

A productive and effective employment of the population and long-term unemployment depend on a quality communication strategy. Communications in the labor market are the basis of the interrelations between the workforce and their employers. Personal qualities and psychological condition of employment service clients affect the quality of the services and their job placement.

A rapid development of information and communications technologies has brought new challenges to the labor market. As a result, the risk of workforce deficit is increasing, and the unemployment is rising.

In 2018, an individual approach to service delivery and profiling of personal needs was implemented, and a new category of specialists – ‘a career advisor’ – was introduced.

A career advisor works individually with every client. The interaction of the client and the career advisor is built on the basis of their common goal – job placement.

For productive and effective employment of the population, it is necessary to arrange a coherent work of the career advisor, a consultant to employers, and measures of active state employment policy, which is possible with a strategy of efficient communications.

During the procedure of profiling, a contact between a specialist of an employment center and the unemployed is established, which affects directly all further work, facilitating employment. At this stage, it is necessary to achieve the interaction and understanding between the client and the employment service specialist.

There are barriers that get in the way of reaching consensus by the interlocutors, in particular: moral and psychological patterns of individuals, distrust in employment centers efficiency etc. In order to reach mutual understanding, it is appropriate to apply psychological methods, i.e. reproduce the behavior, phraseology, intonations, and gestures of the partner.

Servicing clients at the employment center should not be burdened with excessive formalism. A specialist of employment service should determine the abilities of a client and their needs. The State Employment Service must create additional employment opportunities and establish itself as a reliable partner in the job placement sphere.

**Key words:** communication, labor market, primary profiling, interaction, mutual understanding, competences.

*Надійшла до редакції 10.09.2019 р.*