

Борох Н.Ю.

студент,

Науковий керівник: Ковальська К.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний університет

імені Тараса Шевченка

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ НАБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Важливим етапом процесу залучення персоналу є вибір ефективних джерел для пошуку претендентів на вакансію. Традиційно виділяють два види джерел професійного набору працівників: внутрішні та зовнішні. Під внутрішнім набором розуміють заповнення вакансії власними співробітниками: внутрішній конкурс, ротація, суміщення професії (посад) тощо [2]. Внутрішній пошук, як правило, не вимагає значних фінансових та часових витрат. Він сприяє професійному та кар'єрному зростанню персоналу, тим самим закріплюючи авторитет керівництва перед співробітниками. При внутрішньому доборі немає необхідності інтеграції в організацію відібраними кандидатами, адже вони знають особливості виробництва та корпоративної культури. Водночас внутрішній пошук обмежує можливість вибору кількістю співробітників компанії, серед яких може не виявитися необхідних людей. Також може викликати невдоволення серед тих колег, кого не обрали на бажану посаду. І головне, пошук серед власних співробітників унеможливує появу свіжих ідей. Саме тому, організації часто використовують зовнішні джерела залучення персоналу.

Зовнішні джерела для набору персоналу – це сукупна чисельність людей, здатних працювати в організації, але які не працюють у ній на даний момент [1]. До зовнішнього набору персоналу відносять: неформальний пошук кандидатів (внутрішні рекомендації, реферальні програми), залучення колишніх працівників та кандидатів, які відгукувались на вакансії раніше, співпрацю з навчальними закладами та центрами зайнятості, залучення ресурсу рекрутингових

агентств, розміщення вакансій та пошук кандидатів у інтернет ресурсах. Останній пункт набуває все більшої популярності на сьогоднішній день, до таких ресурсів відносять не тільки сайти з пошуку роботи, а й соціальні мережі [4]. Усі методи набору персоналу з зовнішніх джерел поділяють на активні та пасивні. Пасивний набір персоналу полягає у розміщенні оголошень на про відкриту вакансію, та відбір з кандидатів, які відгукнулись. Сам по собі пасивний рекрутинг вважають неефективним та застарілим методом. Його рекомендують поєднувати з активним набором персоналу – пошук кандидатів за рекомендаціями, реферальними програмами, у соціальних мережах, в інших компаніях тощо. Зокрема успішними при наборі персоналу на сьогодні вважаються реферальні програми – залучення нових кандидатів відбувається шляхом рекомендацій співробітників компанії. Існує також практика запиту рекомендацій у колег рекрутерів з інших компаній, або при необхідності набору цілого нового відділу з нуля, керівнику пропонують набрати власну команду. За даними досліджень HR Technologist та LinkedIn реферальні програми дозволяють скоротити час закриття вакансії на 55% порівняно з звичайним розміщенням вакансій на порталах. У зв'язку з меншим терміном процесу набору та відбору компанія значно економить витрати на цей процес. Про якість відібраних за допомогою реферальних програм кадрів свідчить статистика утримання кадрів: після року роботи у компанії залишається 46% в порівнянні з 33% з залучених з порталів. Через два роки – 45% в порівнянні з 20% із сайтів [3].

При використанні ресурсу колишніх працівників у першу чергу, необхідно попередньо з'ясувати конкретну причину звільнення та причину повернення колишнього співробітника, дізнатися чим він займався у період відсутності в даній організації (сімейні обставини, робота у конкурента тощо), і тільки потім визначити стратегію поведінки по відношенню до нього. У такому випадку потрібно проводити глибоке структуроване інтерв'ю, щоб зрозуміти не компетенції кандидата, а його мотивацію. Звернення до колишніх кандидатів, які раніше звертались до організації у пошуках роботи, але яким було відмовлено за певними причинами актуальне для великих компаній з відомим брендом, адже тоді кандидати зможуть

прийняти пропозицію навіть якщо вже працевлаштовані в іншій організації. Одним із напрямів співпраці з вищими навчальними закладами, який не тільки допомагає требу в молодих фахівцях, а й підвищує бренд роботодавця є надання можливості проходження стажування чи практики. Державні центри зайнятості дозволяють організаціям заповнювати вакансії лише за визначеними категоріями персоналу, як правило, робітниками низької кваліфікації, якщо потребується виконувати рутинну роботу або робота не на повну зайнятість. Послуги рекрутингових агенцій зазвичай використовують при залученні висококваліфікованого персоналу, масовому доборі або у разі терміновості заповнення вакансії. Це джерело залучення персоналу є одним з найбільш витратних, але має значні переваги над іншими джерелами, оскільки забезпечується професіоналізмом працівників агенцій. Крім того, забезпечує економію часу та уникнення труднощів під час пошуку персоналу. Особливо це стосується хедхантингу, тобто пошуку висококваліфікованих працівників.

Інтернет-ресурси сьогодні є найбільш розповсюдженим підбором персоналу, адже мають ряд переваг щодо поширення інформації про вакантні робочі місця та отримання зворотного зв'язку. Новим відкриттям для пошуку кандидатів стали соціальні мережі. Іноді у роботодавців виникає необхідність шукати той персонал, який не завжди знаходиться в активному пошуку роботи, або який потрібно переманювати у компаній-конкурентів. Так, соціальна мережа LinkedIn давно користується широким попитом серед закордонних компаній, які активно залучають звідти співробітників. В Україні в основному ця мережа дозволяє знайти фахівців у галузі ІТ або іншої сфери зі знанням англійської мови. Не менш активно використовують роботодавці таку соціальну мережу як Facebook. Навіть отримавши резюме кандидата на іншому ресурсі професіональні рекрутери можуть віднайти профіль цього кандидата у Facebook і простежити розвиток спеціаліста, його інтереси, коло спілкування та життєві цінності, перш ніж запрошувати на співбесіду. Існує безліч тематичних груп та спільнот, де можна розмістити вакансію і отримати відгук. Крім того, знайти необхідного фахівця можна через контакти друзів та знайомих або у групах компаній-конкурентів.

Можемо з упевненістю сказати, що використання внутрішніх і зовнішніх джерел при доборі персоналу мають як свої переваги, так і недоліки. До переваг внутрішніх джерел можна віднести: економія витрат на залучення, швидкість заповнення вакансії, можливість кар'єрного зростання та професійного розвитку працівників, обізнаність у перевагах та недоліках працівника, значно менший період адаптації, підвищення лояльності. Зовнішніх: більша можливість вибору з великої чисельності кандидатів, свіжість поглядів та новизна ідей, додаткова реклама для компанії, іноді дешевше, ніж навчати співробітників. В той же час недоліками внутрішніх джерел є: менша можливість вибору, погіршення відносин з працівниками, які не підійшли, необхідність підбору на іншу посаду, зростання ролі неформальних комунікацій, зниження інноваційності у мисленні та відсутність нових ідей, успішність роботи на рядовій посаді не гарантує успішності роботи на керівній посаді. Зовнішніх: значні витрати на залучення, зростання плинності та соціально-психологічного клімату через неможливість кар'єрного зростання, можливі труднощі з адаптацією новоприйнятих працівників, низька продуктивність у період входження в посаду.

Результатом продуктивної роботи фахівця з персоналу на етапі пошуку ефективних джерел залучення персоналу та розміщення оголошення про вакансію є та чисельність кандидатів, які зацікавилися та відгукнулися на пропозицію. Цей процес важливий в системі рекрутингу, адже якість набраних кандидатів безпосередньо впливає на їх відбір, що в свою чергу відображається в кадровому забезпеченні компанії взагалом.

Список використаних джерел:

1. Beardwell I. Human Resource Management. A contemporary approach / I. Beardwell, L. Holden, T. Claydon. – [4th ed.]. – [S.p.] : PrenticeHall, 2004. – 739 p.
2. Білорус Т.В., Горбась І.М. Менеджмент: практикум. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2014. 471 с.
3. Білорус Т. Методичний інструментарій організації пошуку та відбору персоналу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015. Вип. 7. С. 20–29. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_5.

4. Шипуліна В.О. Каспрук О.В. Новітні підходи до залучення кадрових ресурсів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 3. Т. 2. С. 111–117.

Юрченко Г.М.

аспірантка;

Ситник Й.С.

доктор економічних наук, доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

АКТУАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

В часи класичної школи політичної економії метою економічного розвитку був максимальний розвиток виробництва на базі необмеженого використання природних ресурсів, відтак, єдиним стримуючим фактором були технологічні обмеження. Вільний ринок виявився придатним для цієї мети, але це мало своїм наслідком вичерпання енергетичних ресурсів. Стала очевидною необхідність кардинального перегляду підходів до мети розвитку економіки та проблеми використання ресурсів на основі врахування потреб не тільки виробництва, а й збереження людства.

Концепція «сталого розвитку» є розвитком вчення українського вченого В. Вернадського [1] про ноосферу. Попри те, що вперше ідею озвучив Вернадський, розробку категорії «сталий розвиток» пов'язують із засновниками Римського клубу, що з'явилися значно пізніше. Особливий внесок у розвиток Концепції сталого розвитку зробила прем'єр-міністр Норвегії Г.Х. Брундтланд у 1987 році, опублікувавши доповідь при ООН. Науковці визначають категорію сталий розвиток як процес розбудови держави на основі узгодження і гармонізації соціальної, економічної та екологічної складових з метою задоволення потреб сучасних і майбутніх поколінь. Разом з