

## СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ У КАДРОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

У сучасній практиці зовнішнього підбору персоналу використовують, переважно, такі технології: скринінг, рекрутинг і хедхантинг (рис. 1).

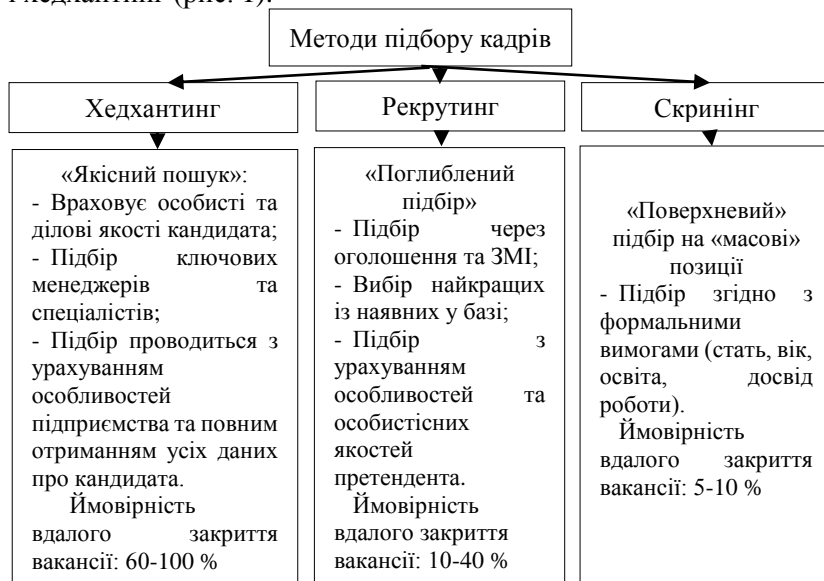


Рис. 1. Основні характеристики сучасних технологій підбору персоналу [2]

Скринінг (від англ. screening – «відбір, сортування») – «поверхневий підбір», який здійснюється за формальними ознаками (освіта, вік, стать, досвід роботи).

Низькі вакансії, зазвичай, закриваються шляхом скринінгу. За його допомогою здійснюється пошук необхідного допоміжного

та обслуговуючого персоналу нижньої ланки. Кадрові агентства отримують резюме кандидатів і віддають їх замовнику, який сам приймає рішення щодо відбору персоналу. На основі резюме відбір кандидатів проводить сам замовник, а кадрова агенція виконує роль постачальника відповідних кандидатів.

Рекрутинг (від фр. *recruit* – «набирати», «вербувати») – «поглиблений підбір», який ураховує особистісні і ділові якості претендента. Здійснюється рекрутинговими агентствами для підбору фахівців середньої ланки. За допомогою рекрутингу кадрові агентства здійснюють пошук кваліфікованих фахівців середньої ланки з урахуванням вимог до особистісних та професійних якостей кандидатів, використовуючи наявні бази кандидатів. Результат підбору залежить від досвіду працівників агенції та змісту бази даних.

За оцінками експертів, у сфері рекрутингу послугами з пошуку та підбору персоналу користуються понад 30 % активно діючих українських організацій, а це близько 7 млн у. о. в рік. Потенційний ринок даних послуг в Україні оцінюється у 130 млн у. о. в рік [1]. Найбільшу частину ринку рекрутингових послуг займають послуги з підбору персоналу середнього та вищого рівнів, а низько рівневі позиції – розвинені недостатньо. Це пояснюється тим, що становлення організацій, які звертають увагу на персонал низького рівня, знаходяться лише на стадії шліфування корпоративної культури, а також небажанням агентств займатися чорною роботою.

Хедхантинг (від англ. *headhunting* – полювання за головами) – це технологія переманювання конкретних спеціалістів у конкретне підприємство. Є найбільш складною і витратною технологією, що передбачає переманювання конкретного фахівця з однієї організації в іншу. Хедхантинг – мало поширений і разом із тим дуже перспективний спосіб підбору особливо цінних, «поштучних» фахівців. На сьогоднішній день це найефективніша технологія, яка сформувалася у відповідь на потребу в ексклюзивних кандидатах на позиції топ-менеджерів і ключових фахівців.

За його допомогою кадрові агентства здійснюють пошук висококваліфікованих фахівців вищої ланки з урахуванням

особливостей діяльності замовника, вимог до кандидатів, використовуючи наявні бази кандидатів.

Дану технологію почали використовувати і в аграрній галузі, яка почала розвиватися високими темпами, тобто почав здійснюватися прямий пошук, коли методично «прочісують» ринок, наприклад, усіх директорів сільськогосподарських підприємств у певному регіоні, і вибирають кращих.

Дослідження показують, що портрет людини, яку переманюють, в аграрній галузі складається з таких ознак:

- висококваліфікований співробітник із підтвердженими досягненнями на великих масштабах землі;
- обов'язково має профільну освіту;
- володіє умінням брати на себе відповідальність і має розвинуті лідерські якості;
- орієнтований на бізнес-показники.

Кандидату, який відповідає цим якостям, компанії часто готові зробити пропозицію на 30-40 % вищу за ринкову [1].

Ключове завдання хедхантера доволі складне, необхідно використати і соцмережі, і знайомі знайомих, і постановочні сварки з керівництвом тощо. Хедхантер збирає про конкретного спеціаліста максимум інформації: інтереси, мотивацію, ставлення до сьогоdnішнього роботодавця, непрямі рекомендації колег по ринку.

Основними споживачами хедхантингових послуг є організації двох типів: організації, які вийшли із стадії бурхливого розвитку і переживають стадію стабілізації. Їх основне завдання – побудова оптимізації бізнес-процесів і загального менеджменту; організації, які інтенсивно розвиваються або знаходяться на стадії становлення. Організації в даному випадку підтримують цілісність організації для боротьби із конкурентами.

Послуга хедхантингу є досить дорогою послугою на міжнародному ринку. Окремі керівники намагаються зекономити, самостійно переманюють кандидатів, особливо коли знають, який конкретний спеціаліст їм необхідний. Підхід самостійного переманювання є менш ефективним, оскільки в загальному не досягається.

### **Список використаної літератури:**

1. Дашко І.М. Розвиток інноваційних технологій управління персоналом на підприємствах у сучасних умовах господарювання / І.М. Дашко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Випуск 9. – С. 37-41.

2. Гавкалова Н.В. Кадровий потенціал як основа розвитку кадрового менеджменту / Н.В. Гавкалова // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2014. – № 3. – С. 7-15.