

Джерело: згруповано автором з використанням джерел [4]

Управлінські персонал-технології забезпечують оптимізацію та підвищення результативності управлінського процесу щодо роботи з персоналом, яка досягається через пошук та застосування більш ефективних методів управління персоналом. Доцільність використання персонал-технологій полягає у сприянні раціоналізації процесу управління, шляхом виключення окремих видів діяльності чи операцій, зокрема тих, які не є необхідними для досягнення поставленої мети та вирішення управлінських завдань. Саме персонал-технології дають змогу оптимізувати витрати на управління персоналом банку, та забезпечують підвищення ефективності системи управління персоналом.

Список літератури

1. Сушко Н. М. Менеджмент персоналу в банках: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 146 с.
2. Балабанова Л. В. Управління персоналом [Текст] : навч. посібник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 471 с. – ISBN 966–385–021–3
3. Рульєв В. А., Гуткевич С. О., Мостенська Т. Л. Управління персоналом: Навч. посіб. – К.: КОНДОР, 2012. – 324 с.
4. Третьяк О. П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві / Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – №24.4. – 400 с.

УДК:331.538

РОЛЬ КАДРОВИХ АГЕНТСТВ В СИСТЕМІ ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ

Т. В. Бобочка, ст. гр. МЕ-13,

І. М. Сочинська-Сибірцева, доцент, к.е.н.

Кіровоградський національний технічний університет

Сучасний бізнес вимагає великих інвестицій для досягнення успіху. Інвестиції в компанію є не тільки вкладення коштів у виробництво або постачання, це так само витрати на комплектацію персоналу кваліфікованими, мотивованими на досягнення успіху кадрами. Підбір персоналу – це послуга, розрахована на роботодавця, яка дозволяє йому успішно і ефективно вирішити кадрові питання [1, с. 13]. Основними зовнішніми джерелами пошуку нового персоналу є [3, с. 312]:

1. Державні агентства зайнятості. Використання таких агентств дає змогу провести спрямований пошук претендентів по відповідним професіям при низьких витратах. Недоліки цього методу є те, що в державні агентства часто звертаються працівники, які мають низьку кваліфікацію, жінки, що повертаються з декретної відпустки, випускники навчальних закладів без стажу роботи.

2. Рекрутингові або кадрові агенції. Головним напрямком таких агентств є пошук дорогих і унікальних спеціалістів методом прямого пошуку. В технологію закладається індивідуальний підхід до кандидата і клієнта. Тривалість циклу пошуку кандидата займає 2-4 тижні, і вартість буде складати 25–40 % від річної заробітної плати претендента. Механізм роботи полягає у первинному відсіюванні таких претендентів, які не відповідають вакантній посаді, а потім надання клієнту можливості вибору з декількох найбільш прийнятних кандидатів. Такі організації співпрацюють з роботодавцем, підбираючи співробітника відповідно до заявки. Послуги цих організацій оплачує роботодавець, а для претендента вони безкоштовні. Але знайдуть вам роботу тільки в разі відповідності вимогам компанії–роботодавця, для рекрутингової компанії важливо забезпечити клієнта співробітниками, а не працевлаштувати здобувача.

3. Хедхантінгові агентства. Займаються переманюванням висококласних фахівців, частіше топ-менеджерів за заявкою компанії.

Якщо підприємству потрібен фахівець з конкуруючої організації, найбільш ефективний шлях, як вказувалося вище, – звернутися в рекрутингове агентство. Серйозне агентство, що практикує head-hunting, володіє докладною інформацією про усіх фахівців, що входять в еліту своєї області бізнесу, має багатий досвід роботи, великі зв'язки і масу у своєму розпорядженні висококласних професіоналів по переманюванню фахівців.

Хедхантери ведуть пошук на основі детального аналізу ринку і можливих компаній-донорів. Також вони повинні добре знати специфіку роботи підприємств в окремих секторах ринку, наприклад, в нафтогазовому, банківському і т.д.

Підбір керівників (executive search). Цей напрямок рекрутменту орієнтоване на пошук професіоналів високого рівня, а також керівників вищої ланки. Метод, використовуваний цими агентствами, називається headhunting або «полювання за головами», а рекрутери, що спеціалізуються в області executive search, називаються хедхантерами.

Принцип дії даного методу ґрунтується на наступній передумові – керівники високого рівня не шукають роботу за оголошеннями або через агентства, більшість з них успішні у своїй справі і навіть не думають про зміну роботи. Завданням «мисливця» є пропозиція такому кандидату більш вигідних умов в іншій організації.

4. Вищі, середні спеціальні або інші навчальні заклади.

5. Клієнти і постачальники.

6. Особи, які випадково зайшли в організацію у пошуках роботи.

7. Читачі тієї чи іншої друкованої продукції: газет, журналів і т. д.

8. Інтернет.

9. Професійні клуби та асоціації.

10. Неформальні канали.

11. Лізинг персоналу.

Найбільш ефективний спосіб підбору персоналу (по співвідношенню часу підбору, якості фахівця і вартості послуг) – за допомогою рекрутингових агентств.

Головна перевага співробітництва з рекрутерами полягає в тому, що останні підбирають не просто кваліфікованих, але і психологічно сумісних, інтелектуально розвинутих, прогресивно мислячих кандидатів, тобто фахівців, що практично цілком відповідають усім вимогам замовника.

Ще одна безсумнівна перевага агентств – широта охоплення потенційних здобувачів. Відділ кадрів часто вибирає серед людей, що звернулися за оголошенням (усіх тих, для кого пошук роботи є актуальним саме в даний момент), а їхнє коло може виявитися дуже вузьким. У солідного рекрутингового агентства є розгалужена база даних по фахівцях потрібного профілю, кількість яких у сотні разів перевищує кількість кандидатур, знайдених роботодавцями самостійно. При цьому треба враховувати, що в базу попадають тільки відповідні фахівці, що пройшли багатоетапний відбір (інтерв'ю, професійно-психологічні тести і т.д.). Перевага є очевидною: замість одного-двох кандидатів можна одержати на вибір 3-5 практично рівноцінних висококласних фахівців.

До того ж, рекрутингове агентство заощадить багато часу кадровій службі і адміністрації підприємства, відсіваючи усіх непотрібних, випадкових і слабких кандидатів. Використовуючи свою базу даних і ділові контакти, рекрутер може знайти потрібного фахівця за день-два. При цьому не тільки знайти, але й організувати зустріч з роботодавцем, допомогти у звільненні і прийомі на роботу, улагодити інші дрібні формальності.

Співробітництво компаній із кадровими агентствами чи державними центрами зайнятості населення доцільно у разі відсутності у компанії підрозділів, які займаються кадровими питаннями. Залежно від специфіки торгової сфери, і масштабів організації функції кадрової служби може реалізувати керівник чи начальник одного з структурних підрозділів організації, тому технологія добору (від публікації оголошень до проведення співбесіди і добору найбільш гідного кандидата) віддається кадровим агентствам чи центрам

зайнятості населення. Багато кадрових агентства, зокрема центри зайнятості спеціалізуються на доборі низькокваліфікованого персоналу.

Переваги використання цього джерела полягають у отриманні індивідуально підібраного кандидата. Це означає, що підібраний кандидат буде зацікавлений у тому щоб найбільшою мірою відповідати специфіці торгової сфери в конкретній організації.

Приватні агентства по найманню найбільш ефективні для набору працівників управлінської, професійно-технічної і торговельної сфер.

Центри зайнятості можуть добре допомогти особливо у періоди, коли організація робить розширення чи планує вихід налаштувалася на нові ринки, створюючи вакансії для робочих.

При роботі з рекрутинговими агентствами необхідно враховувати такі фактори [2, с. 103]:

- вартість послуг;
- особливості роботи (система оплати, терміни виконання замовлення, гарантія);
- тривалість роботи агентства на ринку;
- репутація агентства.

Середня вартість послуг таких агентств – 20 % від річного фонду оплати праці фахівця, що підбирається, або два його місячних оклади. Існують агентства, що працюють за один оклад, але якість їхньої роботи, як правило, є невисокою (з ними можна рекомендувати співробітничати при підборі малокваліфікованого персоналу, пошуками якого не займається більшість солідних агентств). Інші фірми (як правило, це великі іноземні компанії або агентства, що здійснюють пошук менеджерів вищої ланки) оцінюють свої послуги в 40-50 % річного окладу працівника.

Виплата гонорару може здійснюватися поетапно та одноразово. Поетапна виплата поділяється на кілька видів. Солідні фірми беруть 20-50 % гонорару при укладанні контракту, а іншу частину – після оформлення знайденого фахівця на роботу. У випадку дострокового розірвання контракту частина гонорару залишається в агентства як неустойка. Деякі фірми беруть частину гонорару після виходу фахівця на роботу, а решту – після успішного проходження новим працівником терміну випробування.

Одноразова оплата також може здійснюватися таким чином: уся сума гонорару виплачується після виходу фахівця (найбільш розповсюджена форма оплати) на роботу; весь гонорар виплачується агентству після певного терміну, зафіксованого в контракті (найчастіше – терміну випробування).

Середній термін виконання замовлення рекрутинговим агентством – 2–3 тижня. Але він може значно змінюватися – від одного дня до декількох місяців у залежності від терміновості і складності, що впливає на вартість послуг. Гарантія у даному випадку – час, протягом якого агентство зобов'язується безкоштовно замінити фахівця у випадку його дострокового звільнення на рівноцінного, – складає від місяця до року (найчастіше – три місяці).

Кадрові агентства можуть мати такі спеціалізації[2, с. 99]:

Масовий підбір персоналу здійснюється в умовах відкриття нового підприємства, коли ставиться мета в короткий термін забезпечити його співробітниками. Відмінною особливістю масового набору є наявність великої кількості однотипних вакансій (наприклад, при відкритті супермаркету – касири, продавці, вантажники і т.д.).

Послуги тимчасового персоналу. Агентства представляють компаніям тимчасових співробітників в тих випадках, коли терміни пошуку постійного співробітника на вакансію збільшуються, а також на період тимчасової непрацездатності постійного співробітника організації та відсутності можливості його заміни іншим штатним співробітником. Також агентствами надається послуга лізингу персоналу. Це відбувається в тих випадках, коли робота кваліфікованого фахівця затребувана компанією-роботодавцем на тимчасовій, а не на постійній основі.

За останні 30 років рекрутинг перетворився в перспективну та бурхливо розвиваючу

галузь економіки. Кожне агентство веде свою базу даних і здійснює пошук кандидатів відповідно до вимог клієнтів – роботодавців.

Список літератури

1. Кибанов А. Я. Управління персоналом організації. М.: ИНФРА-М, 2001.
2. Менеджмент персоналу: Навчальний посібник/ В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін.; За заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха; М-во освіти і науки України, КНЕУ. – К.: КНЕУ, 2005. – 398 с.
3. Балабанова Л. Управління персоналом: Навчальний посібник/ Людмила Балабанова, Олена Сардак; Мін-во освіти і науки України, ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. – К.: Професіонал, 2006. – 511 с.

УДК: 658.3

НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ

А. А. Залізький, ст. гр. МЕ-13

І. М. Сочинська-Сибірцева, доц., к.е.н.

Кіровоградський національний технічний університет

Становлення в Україні соціально орієнтованої ринкової системи господарювання зумовлює необхідність удосконалення соціально-трудових відносин та соціальної сфери. Позитивний соціально-психологічний клімат у колективі, широкі соціальні гарантії, у тому числі, гарантії зайнятості, розвинена соціальна інфраструктура, можливості реалізації кар'єрного, професійного росту, наявність команди однодумців, що розділяють корпоративні цілі, культуру безпосередньо впливають на розмір прибутку підприємства.

Соціальний розвиток – це процес якісного удосконалення соціальної складової життєдіяльності персоналу, що забезпечується його власними зусиллями та діями керівництва підприємств, яке функціонує з дотриманням законодавства на принципах соціально-орієнтованого господарювання [3]. Колектив підприємства є найближчим соціальним середовищем для кожного працівника, і саме він забезпечує його постійний розвиток. Соціальний розвиток – це процес удосконалення форм, способів і умов життєдіяльності працівників на основі змін у їх розвитку та соціальній сфері [2].

Основними цілями і завданнями планування соціального розвитку колективу є:

1. розробка заходів, що сприяють підвищенню ефективності використання трудового потенціалу працівників;
2. вибір таких управлінських рішень, які найбільш відповідають розвитку персоналу відповідної організації;
3. удосконалення соціальної, професійної та кваліфікаційної структури працівників;
4. удосконалення соціальних відносин у трудовому колективі;
5. поліпшення умов праці робітників;
6. насичення праці творчими елементами та здійснення цілеспрямованої роботи щодо творчого розвитку персоналу;
7. заохочення до усіх видів трудової і соціальної активності працівників, залучення їх до управління;
8. розширення можливостей для більш повного задоволення культурних, побутових та матеріальних потреб працівників.

Соціальна інфраструктура підприємства – це сукупність підрозділів, які забезпечують задоволення соціально-побутових та культурних потреб працівників підприємства. Вона складається з підрозділів громадського харчування, охорони здоров'я, дитячих дошкільних закладів, закладів освіти, житлово-комунального господарства, організації відпочинку, заняття фізкультурою та спортом [3]. Ефективність управління соціальним розвитком колективу підприємства залежить також від якості його організації. На жаль, на жодному з