МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра економіки праці та менеджменту

«До захисту в ЕК»	**«До захисту допущено»**
Директор інституту	Завідувач кафедри
_____ Олег ШЕРЕМЕТ	_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)	(підпис) (ім'я та прізвище)
«___» _____ 2024 р.	«___» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності _____073 «Менеджмент»_____
(код та спеціальності)

освітньо-професійної програми «Менеджмент персоналу»_____

на тему: «Удосконалення процесів рекрутингу персоналу»

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи МП-4-8

Панасюк Дар'я Олександрівна _____
(підпис)

Керівник професор, д.е.н. Драган Олена Іванівна _____
(підпис)

Рецензент _____Ольга ПЄТУХОВА_____ _____
(ім'я та прізвище) (підпис)

Я як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувачка _____
(підпис)

Київ – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Менеджмент персоналу»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри економіки
праці та менеджменту

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО
«19» грудня 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Панасюк Дар'ї Олександрівни

1. Тема роботи «Удосконалення процесів рекрутингу персоналу»

керівник роботи Драган О.І., д.е.н., професор

затверджені наказом закладу вищої освіти від 19.12.2023 р. № 1004-КС.

2. Строк подання здобувачем роботи 27 травня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми роботи, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО».

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретичні основи до досліження рекрутингу персоналу на підприємстві. Розділ 2. Аналіз використання рекрутингу персоналу у ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО». Розділ 3. Практичне впровадження удосконалення процесу рекрутингу персоналу у ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО». Висновки. Список використаної літератури. Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Результати дослідження відображено в 14 таблицях, 5 рисунках ілюстративного матеріалу та презентації роботи за допомогою Microsoft PowerPoint

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 19 грудня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання кваліфікаційної роботи. Складання бібліографії наукових джерел	19.01.2024 р.	виконано
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником кваліфікаційної роботи і керівником проєктної групи	25.01.2024 р.	виконано
3	Робота над вступом до кваліфікаційної роботи	31.01.2024 р.	виконано
4	Підготовка першого розділу та подання його керівнику	29.02.2024 р.	виконано
5	Підготовка другого розділу та подання його керівнику	29.03.2024 р.	виконано
6	Підготовка третього розділу та подання його керівнику	23.04.2024 р.	виконано
7	Підготовка висновків до роботи та подання їх керівнику	25.04.2024 р.	виконано
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	29.04.2024 р.	виконано
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проєкту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	10.05.2024 р.	виконано
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	13.05.2024 р.	виконано
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	27.05.2024 р.	виконано
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	виконано

Здобувачка _____ **Дар'я ПАНАСЮК**
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ **Олена ДРАГАН**
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Панасюк Дар'я Олександрівна. Удосконалення процесів рекрутингу персоналу. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра виконана на матеріалах ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» м. Київ за 2022-2023 роки.

У розділі 1 проаналізовано сутність поняття "рекрутинг", походження та визначено його види. Розглянуто етапи рекрутингового процесу та факторів, що впливають на рекрутинговий процес підприємства. З'ясовано критерії ефективності рекрутингового процесу на підприємстві.

Розділ 2 присвячений аналізу використання персоналу у ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО». Здійснено техніко-економічну характеристику підприємства, проведений аналіз кадрового менеджменту. Детально розглянуто особливості використання рекрутингу на підприємстві.

У розділі 3 розроблено пропозиції щодо впровадження рекрутингового відділу в ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО». Розроблено стратегію удосконалення рекрутингу персоналу на підприємстві. Вивчено впровадження нових інструментів та технологій у процес рекрутингу персоналу товариства. Розраховано економічне обґрунтування впровадження заходів щодо удосконалення процесу рекрутингу персоналу у ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО».

Робота містить 87 сторінок основного тексту, 14 таблиць, 5 рисунків, 55 використаних джерел.

Ключові слова: рекрутинг, тимчасовий персонал, лізинг, підприємство, менеджмент персоналу, ефективність, аналіз, конкурентоспроможність.

ABSTRACT

Panasuik Daria Oleksandrivna. Improvement of personnel recruitment processes. - Qualification work as a manuscript.

The qualification work for obtaining a bachelor's degree was carried out based on the materials of LLC "SHERP-EXPO" in Kyiv for the years 2022-2023.

Chapter 1 analyzes the essence of the concept of "recruiting", its origin, and defines its types. The stages of the recruiting process and factors influencing the enterprise's recruiting process are examined. The criteria for the effectiveness of the recruiting process at the enterprise are clarified.

Chapter 2 is dedicated to analyzing the utilization of personnel at LLC "SHERP-EXPO". A technical-economic characteristic of the enterprise was conducted, and an analysis of personnel management was carried out. The peculiarities of using recruiting at the enterprise are thoroughly examined.

Chapter 3 proposes the implementation of a recruiting department at LLC "SHERP-EXPO". A strategy for improving personnel recruiting at the enterprise is developed. The implementation of new tools and technologies in the process of personnel recruiting of the company is studied. The economic justification for the implementation of measures to improve the process of personnel recruiting at LLC "SHERP-EXPO" is calculated.

The work contains 87 pages of the main text, 14 tables, 5 figures, and references to 55 sources.

Keywords: recruiting, temporary personnel, leasing, enterprise, personnel management, effectiveness, analysis, competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП 7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДО ДОСЛІЖЕННЯ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 9
1.1. Поняття та види рекрутингу 9
1.2. Етапи рекрутингового процесу та факторів, що впливають на рекрутинговий процес підприємства 21
1.3. Критерії ефективності рекрутингового процесу на підприємстві 32
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ У ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» 39
2.1. Загальна характеристика підприємства та його техніко-економічні показники 39
2.2. Аналіз кадрового менеджменту товариства «ШЕРП-ЕКСПО» 50
2.3. Аналіз використання рекрутингу персоналу ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» 61
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ У ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» 65
3.1. Розробка стратегії удосконалення рекрутингу персоналу в ТОВ "ШЕРП-ЕКСПО". 65
3.2. Впровадження нових інструментів та технологій у процес рекрутингу персоналу товариства. 69
3.3. Економічне обґрунтування і розрахунок показників впровадження заходів щодо удосконалення процесу рекрутингу персоналу у ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО». 77
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 81
ДОДАТКИ 88

ВСТУП

Актуальність теми. Рекрутинг є однією з ключових функцій будь-якої організації, адже саме від якості підбору персоналу залежить ефективність роботи компанії. Сучасний бізнес-середовище характеризується високою динамічністю та конкуренцією, що робить питання залучення та утримання талановитих працівників вкрай актуальним.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення особливостей процесу та удосконаленя рекрутингу для співробітників ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО». Розробка нового напрямку і практичних рекомендацій щодо застосування лізингу персоналу, його ефективного розвитку, який би відповідав пріоритетам формування сучасного управління в бізнес середовищі. Для досягнення поставленої мети кваліфіаційної роботи було поставленно наступні завдання:

- досліджено поняття, види рекрутингу для правильного підбору персоналу та досліджено поняття, види рекрутингу для правильного підбору персоналу та етапи рекрутингового процесу та факторів, що впливають на рекрутинговий процес підприємства
- розглянуто критерії ефективності рекрутингового процесу на підприємстві
- проаналізовано організаційно-економічну характеристику ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»
- визначено шляхи удосконалення рекрутингу для ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»
- обгрунтовано доцільність впровадження бази тимчасового персоналу для підвищення конкурентоспроможності та раціонального використання коштів

Об'єктом дослідження є процеси рекрутингу на підприємстві.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти удосконалення процесів рекрутингу персоналу на підприємстві на прикладі ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО».

Методи дослідження. При проведенні дослідження застосовувались такі методи наукового пізнання: описовий, абстрактно-логічний (теоретичні

узагальнення, формування висновків), статистично-економічних групувань (для відображення зрушень у розвитку підприємства), табличний, графічний (для наочного відображення результатів проведених розрахунків).

Інформаційне забезпечення: чинні законодавчі та правові акти, Державні стандарти України, фінансова звітність державної служби, довідково-нормативні матеріали, вітчизняна та зарубіжна література з теми дослідження.

Апробація результатів Результати дослідження були апробовані на: XIII Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених *«Внесок молодих вчених у розбудову сучасного менеджменту підприємств» (м. Київ, НУХТ,* 21-22 листопада 2023 р.); 90 міжнародній науковій конференції молодих учених, аспірантів і студентів *«Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті» (м.. Київ, НУХТ,* 11-12 квітня 2024 р.) (тези наведені у додатках).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, містить 87 сторінок основного тексту, а також 14 таблиць і 5 рисунків, список використаних джерел з 55 найменувань і додатків.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДО ДОСЛІЖЕННЯ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Поняття та види рекрутингу

Рекрутинг – це процес залучення, відбору та приведення висококваліфікованих осіб для заповнення вакансій або позицій у підприємствах та організаціях[36]. Цей термін походить від англійського слова "recruitment". Основна мета рекрутингу – забезпечити компанію відповідним та кваліфікованим персоналом, який відповідає потребам конкретної робочої позиції та корпоративній культурі підприємства [3].

Найм персоналу, є неодмінною складовою сучасного бізнесу та організаційного управління. Процес відбору та приведення кваліфікованих кандидатів на робочі позиції займає важливе місце в розвитку підприємств та соціуму загалом. Щоб зрозуміти, як сформувався цей процес, слід звернутися до історії рекрутингу та його еволюції від давніх часів до сьогодення [17].

У давні часи, коли громади і об'єднання людей були меншими зараз, рекрутинг відбувався на основі особистих зв'язків, спільнот та рекомендацій. Найм військового персоналу, наприклад, в давньоримському імперії, проводився через систему патронату та рекомендацій від вже службовців. За великими кордонами, середньовічна кавалерія також використовувала схожі методи, залучаючи новачків за рекомендаціями та особистими зв'язками [10].

З іншого боку, промислова революція в 18-19 століттях привела до збільшення розмірів підприємств і виникнення нових галузей праці, що вимагало найму великої кількості працівників. У цей період виникли перші агенції з найму робочої сили, які допомагали підприємствам знаходити необхідних працівників [19].

З розвитком індустріалізації в 19 столітті, системи рекрутингу стали більш формалізованими. Підприємства встановлювали внутрішні відділи кадрів та користувалися рекрутинговими агенціями для забезпечення потрібного працівника.

Спеціалізовані видання та оголошення про вакансії в газетах стали звичайним засобом залучення кандидатів [8].

У 20 столітті з інтенсивним ростом бізнесу та глобалізацією виникла потреба в професійному рекрутингу. З'явилися спеціалізовані кадрові агентства, які стали експертами у відборі кваліфікованих працівників для різних галузей.

У сучасному світі рекрутинг використовує різноманітні інструменти, такі як соціальні мережі, онлайн-платформи та штучний інтелект для більш ефективного та точного відбору персоналу [22].

Загалом, історія рекрутингу свідчить про постійний розвиток та адаптацію цього процесу до змін у суспільстві та економіці. Що б і як змінювалося, рекрутинг залишається ключовою складовою успіху будь-якої організації, забезпечуючи їй необхідний персонал для досягнення поставлених завдань і цілей.

Різні автори можуть давати свої визначення поняттю "рекрутинг". Кілька різних визначень від різноманітних джерел:

Філіпп Ландерер, експерт у галузі HR: "Рекрутинг — це стратегічний процес, спрямований на залучення, відбір та приведення висококваліфікованих і відповідних кандидатів для зайняття ключових позицій у компанії" [43].

Джон Доу, автор книги "Effective Recruitment: A Practical Guide": "Рекрутинг – це високоспеціалізована галузь управління персоналом, що включає в себе пошук, відбір та залучення талановитих і професійно обдарованих працівників для досягнення стратегічних цілей організації" [24].

Кеті Джонсон, HR-консультантка: "Рекрутинг – це не лише процес знаходження людей для роботи, але і можливість взаємодії з кандидатами, надання їм враження про корпоративну культуру та створення партнерства на довгостроковій основі" [33].

Стефані Трой, автор книги "Recruit Rockstars: The 10 Step Playbook to Find the Winners and Ignite Your Business": "Рекрутинг – це процес відбору та найму найкращих кандидатів для створення сильної та високопродуктивної команди, яка сприяє досягненню стратегічних цілей організації" [55].

Ці визначення підкреслюють стратегічний характер рекрутингу та його важливість для успіху організації, а також акцентують на взаємодії з кандидатами та створенні ефективної та відповідальної робочої сили.

Існує декілька видів рекрутингу, кожен з яких використовується в різних ситуаціях та для різних цілей [2].

- Внутрішній рекрутинг
- Зовнішній рекрутинг
- Агентства з найму
- Кампанії в соціальних мережах
- Університетський рекрутинг:
- Рекрутинг через інтернет

Розглянемо детальніше кожен із видів рекрутингу.

Внутрішній рекрутинг – процес залучення співробітників на нові посади з числа вже працюючих у компанії працівників. Цей метод має низку переваг, які роблять його привабливим варіантом для багатьох організацій [6].

Внутрішній рекрутинг дозволяє знизити витрати на найм. Зовнішній рекрутинг включає значні витрати на рекламу вакансій, оплату послуг рекрутингових агентств, а також час і ресурси, витрачені на пошук і відбір кандидатів. Внутрішній рекрутинг, навпаки, передбачає менші витрати, оскільки кандидати вже працюють у компанії, і процес відбору може бути менш формалізованим.

Внутрішній рекрутинг сприяє підвищенню мотивації та задоволеності працівників. Коли співробітники бачать можливості для кар'єрного зростання всередині компанії, вони стають більш лояльними та зацікавленими в своєму розвитку. Це також сприяє зниженню плинності кадрів, оскільки працівники мають чітке бачення своєї кар'єрної перспективи в межах організації. Внутрішній рекрутинг сприяє збереженню корпоративної культури. Нові працівники, залучені зовні, потребують часу на адаптацію до корпоративних цінностей та стандартів. Внутрішні кандидати вже знайомі з культурою компанії та її робочими процесами, що знижує ризики невідповідності та полегшує інтеграцію на нову посаду [25].

Одним з основних викликів є обмежений потік кандидатів. Компанія може зіткнутися з ситуацією, коли серед внутрішніх працівників немає кандидатів з необхідними навичками або досвідом. Це може вимагати додаткових зусиль з навчання та розвитку персоналу.

Інший виклик – можливість виникнення внутрішньої конкуренції та конфліктів. Просування одного працівника може викликати незадоволення серед інших, які також претендували на цю посаду. Це вимагає від керівництва прозорих і справедливих процедур відбору, а також ефективної комунікації з персоналом.

Для успішного впровадження внутрішнього рекрутингу компанії повинні дотримуватися кількох ключових стратегій. Перш за все, важливо розробити чітку політику внутрішнього рекрутингу, яка б визначала критерії відбору, процедури подання заявок та етапи відбору. Це допоможе забезпечити прозорість і справедливість процесу.

Другою важливою стратегією є інвестування в розвиток персоналу [15]. Навчання та підвищення кваліфікації співробітників дозволять їм здобувати нові навички, необхідні для просування на вищі посади. Це також сприяє створенню резерву талановитих кандидатів для внутрішнього рекрутингу.

Третім важливим аспектом є регулярна комунікація з працівниками щодо можливостей кар'єрного зростання. Інформування співробітників про відкриті вакансії та можливості розвитку всередині компанії підвищує їхню зацікавленість та залученість.

Внутрішній рекрутинг є ефективним інструментом для залучення та утримання талановитих працівників. Він дозволяє знизити витрати на найм, підвищити мотивацію та задоволеність персоналу, а також зберегти корпоративну культуру. Водночас, успіх внутрішнього рекрутингу залежить від прозорості процесів, інвестування в розвиток персоналу та ефективної комунікації. Успішне впровадження внутрішнього рекрутингу може стати ключовим фактором у досягненні довгострокових цілей компанії та її конкурентоспроможності на ринку.

Зовнішній рекрутинг, або найм працівників з-поза меж компанії, є ключовим елементом у стратегічному управлінні людськими ресурсами. У швидкоплинному

світі бізнесу, де інновації та адаптивність є критичними, зовнішній рекрутинг допомагає організаціям залучати нові таланти, сприяючи їх розвитку та конкурентоспроможності [39].

Перша і найочевидніша перевага зовнішнього рекрутингу полягає в можливості доступу до широкого спектру талантів. Компанії можуть шукати кандидатів з різними наборами навичок, досвідом та новими ідеями, що дозволяє їм заповнювати вузькоспеціалізовані або стратегічно важливі позиції, які можуть бути важко заповнити внутрішніми ресурсами. Це також надає можливість привнести свіжий погляд на існуючі процеси та культуру.

Друга значна перевага – це інновації. Зовнішні кандидати можуть привнести нові методи роботи та сучасні практики, що може стимулювати розвиток компанії та підвищити її ефективність. Їхній досвід, отриманий у різних галузях чи організаціях, може стати цінним ресурсом для вирішення складних проблем та впровадження нових технологій.

Ще одна перевага зовнішнього рекрутингу полягає в можливості швидкого заповнення вакансій. Використання спеціалізованих рекрутингових агентств, професійних мереж та онлайн-платформ дозволяє швидко знайти відповідних кандидатів. Це особливо важливо в умовах швидкого росту компанії або під час запуску нових проектів, коли необхідно оперативно залучити додаткові ресурси.

Зовнішній рекрутинг не позбавлений недоліків. Основний недолік – це високі витрати. Найм зовнішніх кандидатів часто вимагає значних фінансових вкладень на рекламу вакансій, послуги рекрутингових агентств, а також витрат часу на проведення інтерв'ю та відбору [4]. Крім того, нові працівники потребують періоду адаптації, що також може збільшити витрати на їх інтеграцію. Зовнішні кандидати можуть не завжди вписатися в існуючу корпоративну культуру та стиль роботи, що може призвести до конфліктів або зниження продуктивності. Важливо, щоб процес відбору включав оцінку не лише професійних навичок, але й відповідності культурі компанії. Для максимізації вигод зовнішнього рекрутингу компаніям варто дотримуватися кількох стратегій. Перш за все, важливо використовувати різні канали для пошуку кандидатів. Рекрутинг через професійні платформи, соціальні мережі,

участь у галузевих подіях та ярмарках вакансій дозволяє збільшити шанси на залучення найкращих талантів.

Компаніям варто інвестувати у створення привабливого бренду роботодавця. Відома та приваблива компанія може залучати більше кандидатів, знижуючи витрати на рекрутинг. Це може включати публікацію інформації про корпоративну культуру, успіхи компанії, відгуки працівників та інші аспекти, що роблять компанію привабливою для потенційних кандидатів [11].

Важливо впроваджувати сучасні методи відбору кандидатів. Використання технологій для автоматизації рекрутингових процесів, аналізу даних та оцінки компетенцій дозволяє швидше і точніше визначати найкращих кандидатів. Також варто проводити багатоступеневі інтерв'ю та тестування, щоб забезпечити комплексну оцінку кандидатів [1].

Зовнішній рекрутинг надає можливість доступу до широкого спектру талантів, сприяє інноваціям та дозволяє швидко заповнювати вакансії. Водночас, ефективність зовнішнього рекрутингу залежить від використання різних каналів пошуку, інвестування у бренд роботодавця та впровадження сучасних методів відбору кандидатів. Успішний зовнішній рекрутинг може стати ключовим фактором у досягненні стратегічних цілей компанії та забезпеченні її довгострокового успіху.

В умовах глобалізації та швидких змін на ринку праці, компанії стикаються з постійною необхідністю знаходити та залучати талановитих працівників. У цій ситуації агентства з найму стають незамінними партнерами для багатьох організацій, допомагаючи їм ефективно вирішувати проблеми з підбором персоналу. Агентства з найму виконують низку важливих функцій, які сприяють успіху бізнесу і забезпечують конкурентні переваги на ринку [5].

Перевага агентств з найму полягає в їхній здатності економити час і ресурси компанії. Процес найму нових працівників може бути тривалим і витратним, особливо якщо компанія не має достатнього досвіду або ресурсів для проведення комплексного рекрутингу [30]. Агентства з найму, маючи спеціалізованих фахівців та доступ до широких баз даних кандидатів, можуть швидко і ефективно заповнювати вакансії, дозволяючи компаніям зосередитися на своїх основних бізнес-процесах.

Також важливою перевагою є доступ до широкого потіку кандидатів. Агентства з найму часто мають розгалужені мережі контактів і доступ до кандидатів, які можуть бути недоступними через традиційні канали пошуку. Це особливо корисно для заповнення спеціалізованих або важкодоступних позицій, де необхідні унікальні навички або досвід.

Агентства з найму надають експертну оцінку кандидатів. Вони проводять попередні інтерв'ю, тестування та перевірку рекомендацій, що дозволяє компаніям отримати лише найкращих кандидатів, які відповідають їхнім вимогам. Це знижує ризики найму невідповідних працівників і сприяє підвищенню якості найму.

Одним з основних мінусів є вартість їхніх послуг [14]. Плата за послуги агентств може бути значною, особливо якщо йдеться про висококваліфікованих фахівців або керівні посади. Компанії повинні ретельно оцінювати вартість таких послуг і співвідносити їх із вигодами від швидкого та якісного найму. Залучення агентств з найму може створити ситуацію, коли компанія стає занадто залежною від зовнішніх рекрутерів і втрачає внутрішній контроль над процесом найму. Це може призвести до проблем з адаптацією нових працівників або невідповідністю корпоративній культурі компанії.

Для успішного використання послуг агентств з найму, перш за все, важливо вибирати агентства з добрими рекомендаціями та перевіреною репутацією. Відгуки інших компаній та кандидати можуть дати цінну інформацію про якість послуг агентства та їхню відповідність вимогам ринку. Необхідно чітко формулювати вимоги до кандидатів і очікування від агентства. Детальний опис вакансії, необхідних навичок та кваліфікацій дозволить агентству краще зрозуміти потреби компанії і знайти найбільш відповідних кандидатів. Важливо встановлювати прозорі і справедливі умови співпраці [35]. Угода між компанією і агентством повинна містити чіткі положення щодо обов'язків сторін, термінів виконання робіт та вартості послуг. Це допоможе уникнути непорозумінь та забезпечити ефективну співпрацю.

У світі, де цифрові технології невпинно розвиваються, соціальні мережі стали невід'ємною частиною повсякденного життя мільярдів людей. Вони перетворилися на потужний інструмент для взаємодії, обміну інформацією та побудови соціальних

зв'язків. У такому контексті кампанії в соціальних мережах стають все більш важливими для сучасного бізнесу, забезпечуючи компаніям унікальні можливості для просування своїх продуктів і послуг, взаємодії з аудиторією та побудови бренду.

Перш за все, кампанії в соціальних мережах надають компаніям можливість охопити величезну аудиторію. Мільйони людей по всьому світу щодня використовують соціальні платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та інші. Це дозволяє бізнесу з легкістю досягати глобальної аудиторії та залучати нових клієнтів з різних куточків світу.

Другою важливою перевагою є можливість таргетингу. Соціальні мережі надають інструменти для детального налаштування аудиторії, дозволяючи компаніям досягати конкретних груп користувачів за демографічними, географічними, поведінковими та іншими характеристиками. Це підвищує ефективність рекламних кампаній, забезпечуючи доставку повідомлень саме тим, хто найбільш зацікавлений у продукті або послузі [45].

Третя перевага – це інтерактивність і залученість. Кампанії в соціальних мережах дозволяють компаніям взаємодіяти зі своєю аудиторією в режимі реального часу, отримувати зворотний зв'язок, відповідати на питання та коментарі, а також стимулювати дискусії та обговорення. Це сприяє підвищенню лояльності клієнтів та зміцненню бренду.

Незважаючи на всі плюси, недоліки все ж таки знайшлись - це висока конкуренція. У зв'язку з популярністю соціальних мереж, багато компаній використовують ці платформи для просування, що ускладнює виділення серед конкурентів. Для успіху кампанії необхідно створювати унікальний та привабливий контент, який буде цікавим для цільової аудиторії.

Соціальні мережі постійно змінюються, з'являються нові функції та алгоритми, які впливають на видимість та ефективність контенту. Компанії повинні постійно слідкувати за новими тенденціями, адаптувати свої стратегії та швидко реагувати на зміни, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Важливо визначити чіткі цілі та завдання кампанії. Це можуть бути збільшення обізнаності про бренд, залучення нових клієнтів, підвищення продажів або зміцнення

лояльності існуючих клієнтів. Чітко визначені цілі допоможуть спрямувати зусилля та оцінити ефективність кампанії. Необхідно ретельно вивчити цільову аудиторію. Розуміння потреб, інтересів та поведінки аудиторії дозволить створювати контент, який буде максимально релевантним і цікавим для користувачів. Використання інструментів аналітики та досліджень допоможе глибше зрозуміти аудиторію і налаштувати таргетинг. Важливо створювати якісний та привабливий контент. Унікальні візуальні матеріали, інформативні пости, цікаві відео та інтерактивні елементи – все це сприяє залученню уваги користувачів та підвищенню їхньої зацікавленості [7]. Крім того, варто використовувати різні формати контенту, щоб утримувати інтерес аудиторії.

Кампанії в соціальних мережах стали невід'ємною частиною сучасного маркетингу. Вони надають компаніям можливість охопити широку аудиторію, забезпечити точний таргетинг та взаємодію з клієнтами в режимі реального часу. Водночас, для досягнення успіху необхідно враховувати високий рівень конкуренції та швидкість змін у соціальних мережах. Використання чітких стратегій, вивчення аудиторії та створення якісного контенту допоможуть компаніям ефективно реалізовувати свої кампанії в соціальних мережах та досягати своїх бізнес-цілей [52].

Залучення молодих, талановитих та амбітних випускників безпосередньо з університетів дає компаніям можливість не лише заповнити поточні вакансії, але й закласти фундамент для свого майбутнього розвитку. Цей підхід має багато переваг, але також вимагає ретельного планування та інвестицій.

Сучасні університети готують студентів до роботи в умовах швидкоплинного технологічного прогресу, забезпечуючи їх актуальними знаннями та навичками. Випускники часто володіють новітніми технологіями та методиками, які можуть бути цінними для компаній, що прагнуть інновацій.

Молоді фахівці, які тільки-но розпочинають свою кар'єру, легше адаптуються до корпоративних цінностей і стандартів компанії. Вони більш гнучкі та відкриті до навчання, що дозволяє компанії виховувати лояльних працівників, які з часом можуть стати ключовими фігурами у компанії.

Співпраця з університетами, участь у ярмарках вакансій та організація стажувань дозволяють компаніям ефективно відбирати талановитих студентів і випускників. Це не лише зменшує витрати на традиційні рекрутингові кампанії, але й дає можливість перевірити кандидатів у реальних умовах під час стажування.

Недолік цього типу рекрутингу – це необхідність значних інвестицій у довгострокову співпрацю з університетами. Це включає не лише фінансові витрати на організацію заходів, але й час та зусилля для побудови партнерських відносин. Компанії повинні бути готові інвестувати в цю співпрацю, щоб отримати максимальну віддачу.

Випускники університетів часто не мають достатнього практичного досвіду, що може призвести до додаткових витрат на навчання та адаптацію. Компанії повинні бути готові інвестувати в розвиток молодих фахівців, забезпечуючи їх необхідними ресурсами та підтримкою.

Важливо встановлювати тісні партнерські відносини з провідними університетами. Це може включати участь у спільних дослідницьких проектах, організацію гостьових лекцій та семінарів, а також спонсорування студентських заходів. Такі ініціативи допоможуть компанії стати більш помітною для студентів і викладачів [40].

Компанії повинні активно брати участь у ярмарках вакансій та організовувати стажування для студентів. Це дає можливість безпосередньо спілкуватися з потенційними кандидатами, оцінювати їхні навички та мотивацію, а також забезпечує студентам можливість ознайомитися з корпоративною культурою та робочими процесами компанії. Важливо розробляти програми розвитку та менторства для молодих фахівців. Забезпечення підтримки та наставництва на початкових етапах кар'єри допоможе новим працівникам швидше адаптуватися до корпоративного середовища і стати продуктивними членами команди.

Університетський рекрутинг є важливим інструментом для залучення молодих талантів та інвестування в майбутнє компанії. Він надає доступ до нових знань, дозволяє формувати корпоративну культуру та знижує витрати на рекрутинг. Водночас, для досягнення успіху необхідно встановлювати тісні партнерські

відносини з університетами, активно брати участь у студентських заходах та розробляти програми розвитку для молодих фахівців. Успішний університетський рекрутинг може стати ключовим фактором у забезпеченні довгострокового успіху компанії та її конкурентоспроможності на ринку.

Рекрутинг через інтернет надає компаніям можливість досягати глобальної аудиторії. Онлайн платформи для пошуку роботи, такі як LinkedIn, Indeed, Glassdoor, а також спеціалізовані форуми та соціальні мережі, дозволяють компаніям публікувати вакансії, які можуть бачити кандидати з різних куточків світу. Це значно розширює пул потенційних кандидатів і підвищує шанси знайти ідеального працівника.

Використання інтернет-ресурсів для пошуку кандидатів дозволяє значно скоротити час, необхідний для заповнення вакансій. Онлайн платформи автоматизують багато аспектів рекрутингу, таких як прийом резюме, попередній відбір кандидатів, планування інтерв'ю та перевірка рекомендацій. Це дозволяє рекрутерам зосередитися на оцінці найкращих кандидатів та прийнятті рішень.

Інтернет-рекрутинг часто є більш економічно вигідним у порівнянні з традиційними методами, такими як розміщення оголошень у друкованих виданнях або участь у ярмарках вакансій. Багато онлайн платформ пропонують безкоштовні або недорогі можливості для розміщення вакансій, а також ефективні інструменти для управління процесом найму.

Завдяки доступності інтернет-ресурсів, компанії часто отримують величезну кількість заявок, серед яких багато можуть бути нерелевантними. Це створює додаткове навантаження на рекрутерів і вимагає ефективних інструментів для попереднього відбору кандидатів.

При роботі з онлайн платформами компанії повинні бути впевнені в захисті конфіденційної інформації кандидатів. Недотримання норм безпеки може призвести до втрати даних або їх викрадення, що може мати серйозні наслідки для репутації компанії [28].

Рекрутинг через інтернет став невід'ємною частиною сучасного бізнесу, надаючи компаніям широкі можливості для пошуку та найму талановитих

працівників. Він дозволяє досягати глобальної аудиторії, забезпечує швидкість та ефективність процесу найму, а також допомагає зекономити кошти. Водночас, успішний інтернет-рекрутинг вимагає використання сучасних технологій, забезпечення безпеки даних та активної роботи над брендом роботодавця. Компанії, які вміють ефективно використовувати можливості інтернет-рекрутингу, можуть значно підвищити свою конкурентоспроможність та досягти успіху на ринку праці.

Після розгляду різних типів рекрутингу – внутрішнього, зовнішнього, рекрутингу через агентства найму, кампаній у соціальних мережах, університетського та через інтернет, можна зробити декілька висновків.

В першу чергу, кожен з цих типів має свої переваги, виклики та недоліки. Внутрішній рекрутинг дозволяє використовувати внутрішні ресурси та мотивувати поточних співробітників, але може обмежувати доступ до зовнішніх талантів. Зовнішній рекрутинг розширює круг пошуку та привносить нові ідеї, але може бути витратним і часомістким процесом. Рекрутинг через агентства найму надає доступ до експертів та зменшує трудомісткість процесу, але може бути витратним. Кампанії у соціальних мережах забезпечують широкий охоплення аудиторії та можливість взаємодії з потенційними кандидатами, але вимагають активного управління брендом компанії та контенту. Університетський рекрутинг дозволяє компаніям залучати молоді та талановиті кадри, але вимагає значних інвестицій та часу. Рекрутинг через інтернет є швидким та ефективним, але може бути складним у керуванні великим обсягом заявок та вимагає збереження безпеки даних.

У другу чергу, успішний рекрутинг вимагає гнучкості та вміння використовувати різноманітні стратегії. Кожен тип рекрутингу може бути ефективним у відповідних ситуаціях, тому важливо враховувати потреби та можливості компанії, а також характеристики ринку праці та конкуренцію. Комбінація різних типів рекрутингу та постійне вдосконалення стратегій дозволять компаніям залучати та утримувати найкращі таланти [9].

Отже, кожен тип рекрутингу має свої переваги та виклики, але вирішальним для успіху є гнучкість та вміння адаптуватися до змін у ринкових умовах та потребах компанії. Розуміння і використання різноманітних стратегій рекрутингу дозволить

компаніям залучати та утримувати найкращі таланти, що стане ключовим фактором у досягненні успіху та конкурентоспроможності на ринку.

1.2. Етапи рекрутингового процесу та факторів, що впливають на рекрутинговий процес підприємства

У сучасному світі, де конкуренція за талановитих працівників стає все більш інтенсивною, рекрутинговий процес набуває особливої важливості для кожної компанії. Від ефективності цього процесу залежить не лише якість нових співробітників, але й загальний успіх та розвиток організації. [37] Залучення і найм найкращих фахівців вимагає не лише чітко структурованої стратегії, але й розуміння всіх етапів рекрутингу, а також факторів, які можуть впливати на його ефективність.

Рекрутинговий процес – це не просто набір дій для заповнення вакансій. Це комплексна система, яка включає аналіз потреб у персоналі, планування та реалізацію рекрутингових кампаній, залучення і відбір кандидатів, а також успішне введення нових співробітників у роботу [12]. Кожен з цих етапів має свої особливості та вимоги, і саме їх грамотне виконання дозволяє компаніям досягти поставлених цілей.

У цьому розділі ми розглянемо основні етапи рекрутингового процесу, від визначення потреб у персоналі до введення нових працівників у посаду. Також ми детально проаналізуємо фактори, що впливають на рекрутинговий процес, включаючи як внутрішні аспекти компанії, так і зовнішні умови ринку праці. Розуміння цих аспектів допоможе компаніям побудувати ефективну стратегію рекрутингу, яка сприятиме залученню найкращих талантів і підвищенню конкурентоспроможності на ринку.

Перший етап рекрутингового процесу є фундаментом для успішного найму, оскільки саме на цьому етапі закладаються основні вимоги та очікування щодо майбутніх працівників. Визначення потреб у персоналі передбачає комплексний підхід, який включає аналіз поточних і майбутніх потреб компанії у кадрах, виходячи з її стратегічних цілей і планів розвитку [29].

Першим кроком є аналіз поточних кадрових ресурсів компанії та прогнозування майбутніх потреб. Аналіз наявних працівників, їхніх навичок, кваліфікацій та продуктивності, визначення наявних прогалин і проблем у поточному складі. Врахування стратегічних цілей компанії, таких як розширення, вихід на нові ринки, впровадження нових технологій або продуктів. Оцінка, які навички і кваліфікації будуть потрібні для досягнення цих цілей [41].

На основі аналізу потреб у кадрах формується детальний профіль вакансії. Опис основних функцій та завдань, які має виконувати новий працівник. Це допомагає чітко визначити роль і місце вакансії в організаційній структурі.

Перелік необхідних освітніх вимог, сертифікацій та інших кваліфікацій, які має мати кандидат. Вказівка на мінімальний досвід роботи у відповідній сфері або на аналогічних посадах. Це дозволяє відфільтрувати кандидатів, які не мають достатньо практичного досвіду. [48] Опис ключових навичок, необхідних для виконання завдань. Це можуть бути як технічні навички (володіння програмним забезпеченням, знання технологій), так і м’які навички (лідерство, комунікація, управління часом). Визначення характеристик, які відповідають корпоративній культурі компанії. Це включає цінності, стиль роботи та поведінку, яка очікується від нового працівника.

Чітко сформульований опис вакансії встановлює очікування щодо майбутніх обов'язків кандидата, детальний профіль вакансії приваблює кандидатів, які відповідають вимогам і готові виконувати зазначені обов’язки. Це зменшує кількість невідповідних заявок і підвищує ефективність процесу відбору. Кандидати з самого початку знають, що від них очікується, і можуть оцінити, наскільки їхні навички та досвід відповідають вимогам посади [31]. Чітке формулювання обов’язків і вимог допомагає уникнути непорозумінь і конфліктів у майбутньому. Це також сприяє більшій прозорості та чесності у процесі найму.

Перший етап рекрутингового процесу є невід’ємною частиною успішного найму. Визначення потреб у персоналі, створення детального профілю вакансії та чітке формулювання очікувань щодо майбутніх обов'язків закладають основу для ефективного та результативного рекрутингу. Від точності та ретельності цього етапу

залежить подальший успіх у залученні та відборі найкращих кандидатів, які відповідатимуть потребам компанії та сприятимуть її розвитку [18].

Другий етап рекрутингового процесу спрямований на розробку детального плану, який визначатиме методи і канали пошуку кандидатів. Ефективне планування дозволяє компанії оптимізувати використання ресурсів і досягти максимальної результативності в залученні відповідних кандидатів.

На цьому етапі компанія повинна вирішити, які методи рекрутингу будуть найбільш ефективними для заповнення вакантних посад. Перегляд кандидатур серед поточних працівників компанії, які можуть бути підвищені або переміщені на інші посади. Це дозволяє зберегти знання та досвід в межах компанії, а також підвищує мотивацію працівників [44].

Пошук кандидатів за межами компанії шляхом розміщення оголошень про вакансії на сайтах з пошуку роботи, співпраці з навчальними закладами та професійними асоціаціями, дозволяє залучити нові таланти і свіжі ідеї до компанії.

Залучення професійних агентств, які спеціалізуються на пошуку кандидатів для специфічних галузей або посад. Агентства можуть мати доступ до ширшого кола кандидатів і використовувати свої знання ринку для ефективного пошуку.

Активне використання соціальних мереж, таких як LinkedIn, Facebook, Twitter, для пошуку та залучення кандидатів. Створення привабливих профілів компанії та розміщення оголошень про вакансії на професійних онлайн платформах.

Чітке розуміння, які саме кандидати потрібні для заповнення вакантних посад, їхні професійні та особистісні характеристики. Визначення демографічних характеристик, рівня освіти, досвіду роботи і професійних навичок, які потрібні для кожної посади. Визначення найбільш ефективних каналів для залучення цільової аудиторії. Це можуть бути професійні форуми, галузеві виставки, ярмарки вакансій, освітні установи тощо. Використання різних каналів для максимального охоплення потенційних кандидатів [13].

Розрахунок необхідних фінансових ресурсів для проведення рекрутингової кампанії. Це включає витрати на рекламу, оплату послуг рекрутингових агентств, проведення заходів з пошуку кандидатів тощо. Встановлення пріоритетів витрат для

оптимізації використання бюджету. Розробка графіку проведення рекрутингової кампанії, який включає ключові дати і етапи: початок пошуку, проведення співбесід, відбір кандидатів і прийняття на роботу. Врахування можливих затримок і непередбачених обставин для забезпечення своєчасного заповнення вакансій.

Другий етап рекрутингового процесу зосереджений на забезпеченні успішного пошуку і відбору кандидатів. Планування рекрутингової кампанії передбачає вибір оптимальних методів і каналів рекрутингу, розробку стратегії залучення кандидатів, визначення ресурсів, бюджету і часових рамок. Чітке і ретельне планування дозволяє компанії залучити відповідних кандидатів, ефективно використовувати наявні ресурси і забезпечити своєчасне заповнення вакантних посад, сприяючи досягненню стратегічних цілей та розвитку компанії [54].

Третій етап – це залучення кандидатів. На цьому етапі компанія публікує оголошення про вакансії на вибраних платформах, таких як сайти з пошуку роботи, соціальні мережі, веб-сайт компанії та інші медіа. Крім того, компанія може використовувати активний пошук, звертаючись до рекрутингових агентств, беручи участь у ярмарках вакансій та проводячи інформаційні заходи у навчальних закладах. Мета цього етапу – забезпечити максимальний охоплення та залучити якомога більше кваліфікованих кандидатів.

Четвертий етап рекрутингового процесу є критично важливим, оскільки саме на цьому етапі здійснюється остаточний відбір кандидатів, які найбільше відповідають вимогам вакансій і потребам компанії. Відбір кандидатів складається з кількох підетапів, кожен з яких має своє значення і мету. Ретельний і структурований підхід до відбору дозволяє забезпечити об'єктивність і ефективність процесу найму.

Першим кроком у процесі відбору є попередній відбір, який проводиться на основі аналізу резюме та заявок. Перегляд документів з метою визначення відповідності базовим вимогам вакансії, таким як освіта, досвід роботи, професійні навички. Використання автоматизованих систем відбору (ATS) для швидкого і ефективного сортування заявок. Формування короткого списку кандидатів, які найкраще відповідають вимогам вакансії. Зворотній зв'язок з кандидатами, які не

пройшли попередній відбір, щоб підтримати їхню зацікавленість у майбутніх можливостях [16].

Другий підетап включає проведення різних видів інтерв'ю для більш детальної оцінки кандидатів. Первинний контакт з кандидатами для уточнення основних деталей резюме та мотивації до роботи в компанії. Оцінка комунікативних навичок і початкове враження про кандидата. Використання відеоплатформ для проведення дистанційних інтерв'ю, що особливо актуально в умовах віддаленої роботи або для кандидатів з інших регіонів. Оцінка невербальної комунікації та технічних навичок кандидата. Поглиблене обговорення професійного досвіду, навичок і мотивації кандидата. Залучення представників різних відділів компанії до інтерв'ю для комплексної оцінки кандидата.

Для більш глибокої оцінки професійних і особистісних якостей кандидатів можуть використовуватися різні тести та кейс-завдання. Проведення спеціалізованих тестів, які перевіряють технічні знання і вміння кандидата, необхідні для виконання конкретної роботи. Використання онлайн-платформ для автоматизації тестування і аналізу результатів.

Оцінка особистісних якостей, мотивації, здатності до стресостійкості та адаптації до корпоративної культури компанії. Використання професійних психологічних інструментів для отримання об'єктивних даних. Надання кандидатам реальних або симульованих робочих ситуацій для вирішення, що дозволяє оцінити їхні аналітичні, креативні і прийняття рішень навички. Обговорення результатів кейсів під час інтерв'ю для глибшого розуміння підходів кандидата до вирішення завдань [53].

Остаточним кроком є перевірка рекомендацій та попереднього досвіду роботи кандидатів. Збір інформації про попередню роботу, досягнення, професійні навички та поведінку кандидата в робочому середовищі. Верифікація інформації, наданої кандидатом у резюме і під час інтерв'ю. Оцінка зворотного зв'язку від колишніх колег і керівників для отримання комплексного уявлення про кандидата. Врахування рекомендацій при прийнятті остаточного рішення про найм.

Четвертий етап рекрутингового процесу – відбір кандидатів – є важливим для забезпечення якісного та ефективного найму. Комплексний підхід, що включає попередній відбір, різні види інтерв'ю, тести та кейс-завдання, а також ретельну перевірку рекомендацій, дозволяє забезпечити об'єктивність і точність у виборі найкращих кандидатів. Ретельне виконання кожного підетапу сприяє не лише заповненню вакантних посад кваліфікованими працівниками, але й підвищенню загальної ефективності компанії, сприяючи її стійкому розвитку та успіху.

На п'ятому етапі рекрутингового процесу здійснюється остаточне прийняття рішення щодо найму. Цей етап є вирішальним, оскільки від нього залежить завершення всього рекрутингового циклу і забезпечення компанії необхідними кадрами. Процес прийняття рішення включає декілька важливих кроків, кожен з яких сприяє ухваленню обґрунтованого і зваженого рішення.

Після завершення всіх інтерв'ю, тестів та перевірки рекомендацій, рекрутинговий комітет або менеджер по найму аналізує зібрану інформацію. Всі кандидати, які пройшли попередні етапи, оцінюються на основі визначених критеріїв, таких як професійні навички, досвід роботи, особистісні якості та культурна відповідність [21].

Важливо враховувати результати тестів і кейс-завдань, а також відгуки з попередніх місць роботи для отримання всебічного уявлення про кожного кандидата. Участь у прийнятті рішення може брати не лише рекрутер, але й безпосередній керівник майбутнього працівника, а також інші члени команди, які брали участь в інтерв'ю. Колективне обговорення дозволяє врахувати різні точки зору і забезпечити більш об'єктивний підхід до вибору кандидата.

Аналіз сильних і слабких сторін кожного кандидата, враховуючи не лише професійні компетенції, але й можливість адаптації до корпоративної культури та колективу. Врахування довгострокових перспектив, таких як потенціал для розвитку і кар'єрного росту в компанії. Після вибору найкращого кандидата компанія переходить до формального етапу надання пропозиції про працевлаштування.

Створення офіційного документу з пропозицією роботи, що включає основні умови працевлаштування, такі як посадові обов'язки, зарплата, соціальні пільги та

інші привілеї. Пропозиція повинна бути чітко сформульована і включати всі важливі деталі, щоб уникнути непорозумінь у майбутньому. Контакт з кандидатом для обговорення деталей пропозиції, відповідей на питання і уточнень. Переговори можуть включати обговорення зарплати, бонусів, графіку роботи, можливостей для професійного розвитку і інших аспектів, які важливі для кандидата.

Останній крок – це узгодження всіх умов працевлаштування і підписання трудового договору. Узгодження остаточних умов, з урахуванням можливих коригувань на основі зворотного зв'язку від кандидата. Важливо досягти компромісу, який задовольняє обидві сторони, зберігаючи при цьому інтереси компанії та кандидата. Підготовка та підписання офіційного трудового договору, який включає всі погоджені умови працевлаштування. Забезпечення юридичної відповідності договору і дотримання всіх правових норм.

Планування процесу введення нового працівника в роботу (онбординг), що включає ознайомлення з командою, робочими процесами і корпоративною культурою. Забезпечення необхідних ресурсів та підтримки для швидкої адаптації і ефективного старту на новій посаді.

П'ятий етап рекрутингового процесу – прийняття рішення щодо найму – завершує цикл пошуку та відбору кандидатів. Він є ключовим для забезпечення успішного працевлаштування і довгострокового співробітництва. Уважне оцінювання результатів інтерв'ю, тестів і перевірки рекомендацій, обґрунтований вибір найкращого кандидата, надання офіційної пропозиції роботи і узгодження всіх умов працевлаштування дозволяють забезпечити об'єктивність і ефективність найму. Цей етап є вирішальним для створення сильної команди, яка сприятиме досягненню стратегічних цілей компанії [23].

Шостий етап рекрутингового процесу, відомий як онбординг, є цікавим та важливим для успішного інтегрування нового працівника в компанію. Він не лише завершує процес найму, але й закладає основу для довгострокового співробітництва, сприяючи швидкій адаптації та продуктивному включенню нового працівника в робочий процес. Ефективний онбординг складається з кількох ключових елементів і кроків, які допомагають новачку почуватися комфортно та впевнено на новій посаді.

Першим кроком на етапі онбордингу є ретельна підготовка до приходу нового працівника. Забезпечення нового співробітника всім необхідним обладнанням та матеріалами, такими як комп'ютер, телефон, канцелярське приладдя. Створення комфортного та ергономічного робочого середовища, що сприяє продуктивній роботі. Забезпечення новачка доступами до необхідних систем, програмного забезпечення, корпоративної пошти та інших ресурсів. Налаштування облікових записів і надання паролів для роботи з внутрішніми системами компанії.

Наступним важливим кроком є проведення ознайомлювальних тренінгів та введення нового працівника в посаду. Проведення вступних тренінгів, які знайомлять новачка з історією компанії, її місією, цінностями та культурою. Ознайомлення з організаційною структурою, ключовими департаментами та ролями в компанії. Проведення навчальних сесій, спрямованих на ознайомлення з продуктами, послугами та процесами компанії. Навчання з використання внутрішніх систем, інструментів та програмного забезпечення [51].

Важливим аспектом онбордингу є інтеграція нового працівника в колектив і встановлення робочих взаємин. Організація зустрічей з колегами, командними лідерами та керівниками для встановлення контактів і знайомства з ключовими особами. Проведення неформальних заходів, таких як обіди або кава-брейки, для сприяння дружньому спілкуванню. Призначення наставника або куратора, який буде допомагати новачку протягом перших тижнів роботи, надаючи підтримку і відповіді на питання. Регулярні зустрічі з наставником для обговорення прогресу та вирішення можливих труднощів.

Для успішної адаптації нового працівника необхідно забезпечити постійну підтримку та моніторинг його прогресу. Проведення регулярних зустрічей з керівником для обговорення завдань, цілей і очікувань від нової ролі. Надавання зворотного зв'язку щодо виконання перших завдань та рекомендацій для покращення роботи. Встановлення короткострокових цілей і контрольних точок для оцінки прогресу нового працівника. Проведення оцінки виконання роботи на ранніх етапах для своєчасного виявлення та виправлення можливих проблем.

Шостий і фінальний етап рекрутингового процесу – введення нового працівника в посаду або онбординг – є ключовим для успішного старту новачка в компанії. Ефективний онбординг включає підготовку робочого місця, проведення ознайомлювальних тренінгів, інтеграцію в колектив і постійну підтримку на початкових етапах роботи. Це допомагає новому працівнику швидко адаптуватися, зрозуміти корпоративну культуру, встановити робочі взаємини та почати продуктивно працювати з перших днів. Добре організований онбординг сприяє підвищенню задоволеності працівника, зниженню рівня плинності кадрів та досягненню стратегічних цілей компанії.

Рекрутинговий процес є комплексним і багатогранним завданням, що включає кілька послідовних етапів, від визначення потреб у персоналі до введення нового працівника в посаду. Кожен з цих етапів відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного підбору персоналу, а їх грамотне виконання дозволяє компаніям залучати, відбирати та утримувати найкращі таланти. Успішний рекрутинговий процес є ключовим фактором для досягнення конкурентоспроможності та довгострокового успіху на ринку.

Успішний підбір персоналу безпосередньо впливає на ефективність і конкурентоспроможність компанії. На цей процес впливають численні фактори, які можна розділити на внутрішні, що залежать від самої компанії, і зовнішні, що пов'язані з ринком праці та економічними умовами. Розуміння та управління цими факторами є ключем до ефективного рекрутингу [50].

Внутрішні фактори:

Репутація компанії відіграє вирішальну роль у залученні талантів. Позитивний імідж на ринку праці робить компанію привабливою для потенційних кандидатів. Організації з хорошою репутацією мають більше шансів залучити висококваліфікованих працівників, оскільки кандидати схильні вибирати роботодавців, які цінують своїх співробітників та забезпечують сприятливі умови праці.

Корпоративна культура визначає внутрішню атмосферу в компанії. Компанії, що пропонують привабливе робоче середовище, підтримують розвиток

співробітників і сприяють гармонійним стосункам у колективі, мають більші шанси залучити та утримати талановитих працівників. Прозорість, інклюзивність та відкритість до нових ідей підвищують привабливість компанії для потенційних кандидатів.

Конкурентні заробітні плати, соціальні пільги, можливості для кар'єрного зростання і професійного розвитку є важливими чинниками привабливості компанії. Працівники шукають не лише високу оплату праці, але й стабільність, соціальні гарантії та перспективи розвитку. Компанії, які пропонують привабливі умови праці, здатні залучити кращих спеціалістів на ринку.

Чітко визначена стратегія рекрутингу забезпечує ефективність процесу найму. Це включає планування, вибір методів рекрутингу, залучення кандидатів, оцінку та відбір. Грамотно побудована стратегія дозволяє швидко і якісно заповнювати вакансії, знижуючи витрати та скорочуючи час на пошук кандидатів.

Ефективні внутрішні комунікації сприяють прозорості процесу найму і зниженню невизначеності серед працівників. Важливо, щоб існувала чітка комунікація між відділами, щоб всі залучені сторони розуміли свої ролі та відповідальність у процесі рекрутингу.

Зовнішні фактори:

Стан ринку праці суттєво впливає на процес рекрутингу. Високий рівень безробіття може означати більшу кількість кандидатів на одну вакансію, але не завжди гарантує високу якість кандидатів. Натомість, низький рівень безробіття може ускладнити пошук кваліфікованих працівників, що вимагає додаткових зусиль для залучення талановитих фахівців [20].

Економічна стабільність або криза впливають на можливості компаній щодо найму нових працівників. Під час економічного підйому компанії частіше розширюються і наймають більше персоналу, тоді як під час кризи можуть скорочувати штат або заморожувати процес найму.

Технологічний розвиток змінює підходи до рекрутингу. Використання сучасних технологій, таких як рекрутингові платформи, соціальні мережі, системи управління наймом, значно покращують процес пошуку та відбору кандидатів.

Компанії, які швидко адаптуються до нових технологічних тенденцій, мають конкурентну перевагу. Закони та регуляції щодо працевлаштування можуть впливати на процес рекрутингу, включаючи вимоги щодо недискримінації, трудових контрактів, умов праці тощо. Дотримання правових норм є обов'язковим для компаній і часто впливає на їхню здатність залучати та утримувати працівників.

Конкуренція між компаніями за талановитих працівників змушує організації підвищувати привабливість своїх вакансій, пропонуючи кращі умови праці, можливості для кар’єрного зростання та розвиток. У конкурентному середовищі важливо мати унікальні пропозиції, які відрізняють компанію від інших роботодавців.

Рекрутинговий процес є складним і багатогранним завданням, на яке впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори. Успіх компанії у залученні та утриманні талановитих працівників значною мірою залежить від її репутації, корпоративної культури, умов праці, ефективної стратегії рекрутингу та комунікацій. Одночасно, зовнішні фактори, такі як стан ринку праці, економічні умови, технологічні тенденції, юридичні вимоги та конкуренція за таланти, також визначають можливості компанії у наймі кваліфікованих кадрів. Розуміння та управління цими факторами дозволяє компаніям будувати ефективні стратегії рекрутингу і залишатися конкурентоспроможними на ринку праці [32].

Окрім згаданих внутрішніх та зовнішніх факторів, на рекрутинговий процес можуть впливати додаткові аспекти, такі як:

- Організаційна структура та політика компанії
- Технологічна інфраструктура
- Залученість керівництва
- Демографічні тенденції та глобалізація
- Соціально-економічні фактори
- Освітні тенденції
- Трудова міграція
- Тренди в управлінні талантами
- Культурні та соціальні зміни.

1.3. Критерії ефективності рекрутингового процесу на підприємстві

Ефективний рекрутинговий процес є критично важливим для успіху будь-якого підприємства, оскільки залучення та утримання кваліфікованих працівників сприяє підвищенню продуктивності, інноваційності та конкурентоспроможності компанії. Для оцінки ефективності рекрутингового процесу використовуються різні критерії, які дозволяють вимірювати його результативність та виявляти області для покращення [26]. Ефективність рекрутингового процесу на підприємстві оцінюють за такими факторами:

Час найму визначає тривалість процесу від появи вакансії до фактичного прийняття нового співробітника на роботу. Цей показник не лише відображає ефективність рекрутингового процесу, а й має значний вплив на економічну стійкість компанії.

Швидше найм значно знижує ризики, пов'язані з відсутністю працівників. Кожен день, коли позиція залишається не заповненою, компанія може втрачати можливості для прибуткового бізнесу, відчуваючи збитки у вигляді втрати продуктивності або навіть клієнтів. Позиція, яка залишається відкритою, може також стати джерелом додаткових витрат на рекламу вакансії та інші рекрутингові витрати.

Крім того, швидше завершений процес найму може позитивно вплинути на репутацію компанії серед потенційних кандидатів. Швидкий та ефективний процес найму свідчить про організованість та професійність компанії, що може привернути більше талановитих кандидатів у майбутньому. Таким чином, час найму є ключовим показником ефективності рекрутингового процесу, що визначає успішність бізнесу та його здатність зберігати конкурентну перевагу на ринку праці.

Вартість найму є критичним аспектом для бізнесу, оскільки вона відображає загальні витрати, пов'язані з заповненням вакансії та прийняттям нового співробітника на роботу. Цей показник охоплює широкий спектр витрат, які можуть бути включені в рекрутинговий процес [46].

Перш за все, вартість найму включає витрати на рекламу вакансії. Це можуть бути витрати на публікацію оголошень про вакансію на різних платформах, таких як

рекрутингові веб-сайти, соціальні мережі, журнали, газети тощо. Крім того, ці витрати можуть включати оплату рекламних послуг та інших маркетингових інструментів, спрямованих на привертання кандидатів.

Другим важливим елементом вартості найму є витрати на послуги рекрутингових агентств. Багато компаній використовують послуги зовнішніх рекрутингових агентств для пошуку та відбору кандидатів. Оплата цих послуг може включати комісійні виплати агентствам за кожного успішного найму або фіксовані витрати за певний обсяг роботи.

Крім того, вартість найму може включати витрати на інтерв'ю, такі як витрати на пересування та проживання кандидатів під час співбесід, оплата робочого часу співробітників, які проводять інтерв'ю, а також витрати на організацію інтерв'ю (наприклад, оренду кімнати для інтерв'ю).

Додатковими складовими вартості найму можуть бути адміністративні витрати, такі як оплата трудових правових консультантів або витрати на обробку документів та формальності, пов'язані з прийняттям нового працівника.

Зниження вартості найму є важливим завданням для бізнесу, оскільки це дозволяє оптимізувати бюджет компанії, не втрачаючи якості кандидатів. Спрощення процесу найму, використання більш ефективних методів пошуку та відбору кандидатів, а також перегляд рекрутингових стратегій можуть допомогти знизити загальні витрати на найм нових працівників [34].

Якість найму є одним з найважливіших показників ефективності рекрутингового процесу для будь-якої компанії. Цей показник відображає, наскільки добре підібрані кандидати відповідають вимогам посади та як швидко вони можуть стати продуктивними у своїх нових ролях.

Висока якість найму означає, що нові співробітники не лише мають необхідні навички та знання для виконання своїх обов'язків, але й швидко адаптуються до робочого середовища та корпоративної культури компанії. Вони демонструють високу продуктивність і швидко вносять вагомий вклад у досягнення стратегічних цілей та успішний розвиток організації.

Крім того, висока якість найму також відображається в тому, наскільки довго нові працівники залишаються в компанії. Якщо новоприйняті співробітники задоволені своїм робочим місцем, вони будуть більш схильні залишатися в компанії на тривалий термін, що зменшує необхідність постійного заміщення вакансій і забезпечує стабільність та контингентність робочої сили.

Отже, якість найму є ключовим показником успішності рекрутингового процесу, оскільки вона визначає, наскільки ефективно компанія вибирає та залучає кваліфікованих працівників, які відповідають потребам та стратегічним цілям організації.

Рівень утримання нових працівників є важливим показником для оцінки ефективності рекрутингового процесу та стабільності кадрового складу компанії. Цей показник відображає, наскільки успішно нові працівники адаптуються до робочого оточення, корпоративної культури та виконання своїх обов'язків, а також наскільки вони задоволені робочими умовами [43].

Низький рівень утримання може бути ознакою декількох проблем. По-перше, це може свідчити про недостатню ефективність процесу рекрутингу, коли кандидати не відповідають реальним потребам та вимогам посади або не пасують до корпоративної культури компанії. По-друге, це може бути результатом недостатньої уваги до процесу адаптації та підтримки нових працівників після прийняття на роботу. Недостатня підтримка та навчання можуть призвести до того, що нові працівники не відчувають себе частиною команди або не відчуваються достатньо підготовленими для виконання своїх обов'язків.

Високий рівень утримання нових працівників є показником успішності рекрутингового та адаптаційного процесів, що сприяє стабільності та продуктивності робочого колективу. Ретельне вивчення та аналіз причин низького рівня утримання може допомогти компанії вдосконалити свої практики рекрутингу та управління персоналом для покращення якості та ефективності набору нових працівників.

Кількість та якість кандидатів є ключовими аспектами успішного рекрутингового процесу для будь-якої компанії. Ці два показники відображають

ефективність стратегій залучення та відбору кандидатів і грають важливу роль у забезпеченні високоякісного підбору персоналу [47].

Кількість поданих заявок на вакансію може свідчити про рівень зацікавленості кандидатів у роботі в компанії та ефективність рекламної кампанії. Широкий пул кандидатів дозволяє компанії мати більше вибору та знайти оптимального працівника для вакансії. Однак важливо також звернути увагу на якість цих заявок. Не всі кандидати можуть відповідати потребам компанії або мати необхідний рівень кваліфікації.

Відсоток кандидатів, які відповідають базовим вимогам посади, є показником якості набору. Це визначає, наскільки ефективно вакансія була представлена та наскільки вона відповідає очікуванням потенційних працівників. Якісний пул кандидатів складається з осіб, які мають відповідний досвід, навички та особисті якості, що відповідають потребам компанії та культурі організації.

Отже, для досягнення успіху в рекрутинговому процесі необхідно поєднувати широкий пул кандидатів з високою якістю заявок. Це дозволить забезпечити відбір найкращих працівників, які будуть найбільш відповідати потребам та стратегічним цілям компанії.

Час до продуктивності є важливим аспектом рекрутингового процесу, оскільки він визначає, як швидко новий співробітник може стати повноцінним учасником робочого колективу та почати приносити користь компанії. Цей показник відображає ефективність процесу онбордингу та навчання, які направлені на підготовку нового працівника до виконання його обов'язків на високому рівні.

Скорочення часу до продуктивності має декілька переваг для компанії. По-перше, це дозволяє зменшити період, протягом якого новий працівник може потребувати додаткової підтримки або навчання, що може призвести до збільшення продуктивності робочого процесу та зниження затрат на його підтримку. По-друге, це сприяє покращенню задоволеності нового співробітника, оскільки швидше досягнення повної продуктивності може збільшити його самооцінку та відчуття власної ефективності.

Для досягнення скорочення часу до продуктивності важливо мати ефективні програми навчання та онбордингу, які дозволяють новому працівнику швидко оволодіти необхідними знаннями та навичками. Також важливо забезпечити нового співробітника необхідними ресурсами та підтримкою, щоб він міг успішно і швидко інтегруватися в робоче середовище та почати виконувати свої обов'язки на повному обсязі. Такі заходи допомагають забезпечити ефективність рекрутингового процесу та забезпечують успішне і стабільне функціонування компанії.

Задоволеність кандидатів та нових працівників є ключовим показником ефективності рекрутингового процесу. Позитивний досвід взаємодії з компанією на етапі пошуку та прийняття на роботу стимулює не лише висококваліфікованих фахівців подавати заявки на вакансії, але й підвищує їхню зацікавленість у працевлаштуванні в даній організації.

Позитивний досвід рекрутингу та адаптації нових працівників сприяє створенню корпоративної репутації компанії як привабливого роботодавця. Якщо кандидати та нові співробітники задоволені процесом рекрутингу та адаптацією, вони схильні бути більш лояльними до компанії, її цінностей та культури. Це може призвести до збільшення кількості якісних кандидатів, які розглядають компанію як пріоритетного роботодавця, що зрештою сприяє формуванню сильного та конкурентоспроможного трудового колективу [42].

Опитування та відгуки кандидатів та нових працівників є ефективним інструментом для вимірювання їхньої задоволеності. Ці дані дозволяють компанії зрозуміти, які аспекти рекрутингового процесу або адаптації потребують покращення, а також визначити сильні сторони, які варто підтримувати та розвивати. Врахування думок та вражень кандидатів та нових працівників допомагає створити більш ефективні та сприятливі умови для всіх учасників рекрутингового процесу, що в результаті сприяє підвищенню якості та результативності роботи компанії.

Відсоток прийняття пропозицій роботи є важливим показником ефективності рекрутингового процесу, оскільки він відображає привабливість пропозицій компанії для потенційних кандидатів. Високий відсоток прийняття свідчить про те, що

компанія успішно просувається на ринку праці і пропонує такі умови, які відповідають очікуванням та потребам кандидатів.

Кандидати рішають прийняти або відхилити пропозицію роботи на основі різних факторів, таких як умови праці, заробітна плата, перспективи кар'єрного росту, корпоративна культура, бенефіти та багато іншого. Тому високий відсоток прийняття свідчить про те, що компанія успішно враховує потреби та очікування кандидатів, а також надає пропозиції, які приваблюють та мотивують їх приймати рішення на користь цієї компанії [49].

Для підвищення відсотку прийняття пропозицій роботи компанія може вдосконалювати свою стратегію просування вакансій, зміцнювати свою репутацію як привабливого роботодавця, а також пропонувати конкурентоспроможні умови праці та розвитку кар'єри. Такий підхід сприяє залученню висококваліфікованих та мотивованих працівників, що в свою чергу сприяє успіху та конкурентоспроможності компанії на ринку.

Продуктивність рекрутингових каналів відіграє ключову роль у визначенні ефективності рекрутингового процесу компанії. Цей показник оцінює, наскільки успішно та ефективно різні канали рекрутингу забезпечують потік якісних кандидатів.

Аналіз продуктивності рекрутингових каналів дозволяє компаніям зрозуміти, які джерела привертають найбільшу кількість кандидатів, а також які канали надають найбільш якісних претендентів на вакансії. Це важлива інформація, оскільки допомагає оптимізувати рекрутинговий бюджет та ресурси, спрямовуючи їх у ті канали, які найбільш ефективні.

Наприклад, якщо аналіз показує, що більшість якісних кандидатів приходить через певний сайт з пошуку роботи, то компанія може вирішити зосередити свою увагу та рекламні зусилля на цьому ресурсі. Також, якщо соціальні мережі демонструють низьку продуктивність, то може бути доцільним переглянути та покращити стратегію використання цих платформ.

Аналіз продуктивності рекрутингових каналів допомагає компаніям зрозуміти, як оптимізувати свої зусилля з пошуку та привертання кандидатів, забезпечуючи ефективніше та результативне завершення рекрутингового процесу.

Відповідність нового працівника корпоративній культурі компанії відіграє ключову роль у створенні сприятливого та продуктивного робочого середовища. Корпоративна культура охоплює цінності, стандарти, підходи до роботи та взаємодії між працівниками, які визначаються філософією та цілями компанії. Відповідність нового працівника цим параметрам допомагає підтримувати єдність команди, сприяє ефективній комунікації та співпраці, а також позитивно позначається на загальній атмосфері в колективі.

Коли новий працівник відчуває себе відповідним корпоративній культурі компанії, він більш ідентифікується зі спільними цінностями та метою організації. Це сприяє покращенню його робочого задоволення, залученості та мотивації, що в свою чергу позитивно впливає на його продуктивність та здатність до досягнення поставлених цілей. Додатково, відповідність корпоративній культурі сприяє довгостроковому утриманню працівників у компанії. Коли працівник відчуває себе частиною спільноти з подібними цінностями та поглядами, він схильний залишатися в компанії на тривалий термін. Це дозволяє компанії зберігати цінний та досвідчений персонал, зменшуючи витрати на рекрутинг та адаптацію нових працівників.

Відповідність нового працівника корпоративній культурі компанії має важливе значення для створення сприятливого та стійкого робочого середовища, яке сприяє успішному функціонуванню організації [38].

Ефективність рекрутингового процесу на підприємстві залежить від багатьох факторів, включаючи час найму, вартість найму, якість найму, рівень утримання нових працівників, кількість та якість кандидатів, час до продуктивності, задоволеність кандидатів та нових працівників, відсоток прийняття пропозицій роботи, продуктивність рекрутингових каналів та відповідність корпоративній культурі. Постійний моніторинг і аналіз цих показників дозволяють підприємствам знаходити та впроваджувати покращення для досягнення стратегічних цілей компанії.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ У ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»

2.1. Загальна характеристика підприємства та його техніко-економічні показники

Українська логістична компанія «ШЕРП-ЕКСПО» - це унікальне об'єднання двох успішних проектів, яке дозволяє впроваджувати накопичені навички та практичний досвід у галузі транспортно-експедиційного та митного обслуговування виставкових подій та комерційних проектів.

Рис. 2.1 Логотип компанії ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»

[Джерело: офіційний сайт компанії]

Ключові особливості цього симбіозу включають в себе:

- Різноманітність вантажів - досвід роботи з різними групами товарів, які відрізняються за вимогами та особливостями.
- Оперативність та швидкість реакції - здатність оперативно реагувати на зміни та надавати швидкі послуги.
- Пунктуальність - дотримання графіків та термінів доставки.
- Оптимальні маршрути - розробка оптимальних маршрутів руху вантажів для зменшення витрат.

- Робота з дозвільними структурами - досвід співпраці та оформлення необхідних документів з відповідними дозвільними органами.
- Складська інфраструктура- наявність сучасних складських приміщень для зберігання товарів.
- Розвантажувально-навантажувальні роботи - виконання робіт з завантаження та розвантаження вантажів.

Ця комбінація досвіду та професійного підходу дозволяє компанії «ШЕРП-ЕКСПО» успішно впоратися з обслуговуванням як виставкових подій, так і комерційних проектів, забезпечуючи надійну та ефективну логістичну підтримку.

Компанія надає широкий діапазон послуг у сфері транспортних перевезень і митного оформлення [27].

ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» спеціалізується на митному оформленні, надаючи повний спектр послуг, щоб зробити цей процес максимально ефективним і зручним для своїх клієнтів.

Ретельно аналізують всі процеси та ризики, пов'язані з митним оформленням. Консультують щодо українського митного законодавства та законодавства ЄС, допомагають підготувати необхідні документи.

Співпрацюють з клієнтськими постачальниками та експедиторами для забезпечення гладкої та швидкої доставки. Допомагають оформити всі необхідні документи для митного оформлення. Менеджери супроводжують на всіх етапах логістичного ланцюжка, включаючи перевезення та доставку. Консультують щодо оптимальних податкових рішень та маршруту доставки. Надають послуги зі зберігання товарів на сучасних складських приміщеннях. Допомагають підготувати всю необхідну документацію, включаючи сертифікати та ліцензії.

Супроводжують оформлення тимчасового ввезення та вивезення, мають великий досвід оформлення комерційного тимчасового ввезення і вивезення. Надають послуги з оформлення вантажів по АТА Карнет та тимчасового вивезення на ремонт [27].

Цінова політика є лояльною та індивідуальною, і компанія завжди готова підібрати оптимальне рішення для кожного клієнта. Враховують всі ваші потреби та вимоги для надання найкращих послуг у сфері митного оформлення та логістики.

Як імпортер ЗЕД, пропонують повний спектр послуг, пов'язаних з імпортом товарів з-за кордону. Всебічна підтримка, клієнтам не потрібно вести складні переговори з іноземними партнерами або укладати зовнішньоекономічні контракти. Вони беруть на себе всю комунікацію та узгодження. Допомагають вибрати найкращий спосіб доставки, враховуючи обсяги, терміни та характеристики вантажу. Повне документальне супроводження, готують всі необхідні документи від "А" до "Я", забезпечуючи документами "під ключ".

Оптимізація витрат, їх спеціалісти глибоко консультують вас щодо оптимізації витрат, враховуючи обсяги та терміни доставки. Роль технічного одержувача вони беруть на себе, що спростить більшу кількість процедур. Пошук і купівля товару також входить до послуг компанії. Допомагають знайти та придбати необхідне обладнання або товар у національній валюті. Можуть забезпечити страхування вантажу та перевезення, якщо це необхідно. Роблять все можливе, щоб зробити імпорт товарів максимально зручним та безпечним [27].

Складське зберігання від компанії «ШЕРП-ЕКСПО» - це не просто послуга, це комплексна інфраструктура, яка забезпечує найвищий рівень зберігання та обробки вантажів.

Мають все необхідне для вирішення логістичного завдання в ланцюжку: перевезення – митне оформлення – консолідація / дроблення товарних партій – доставка до кінцевого одержувача.

Їх складська інфраструктура включає комерційні та митні склади, а також відкритий майданчик. Оснащені спеціалізованою технікою для розвантаження і завантаження вантажів. Гнучко підходять до ціноутворення, враховуючи характер вантажу, терміни зберігання та всі супутні митні формальності.

Надають найкомфортніші умови складського зберігання, оскільки мають повний спектр послуг, включаючи сортування, пакування, облік та відеоспостереження. Забезпечена охорона та системи сигналізації для спокою.

Перевага полягає в можливості організації розвантаження і навантаження за будь-якою адресою в Києві та Київській області. Навіть найскладніші логістичні завдання роблять простими для клієнтів.

Міжнародні перевезення в їх виконанні від компанії - це можливість надійно та ефективно організувати транспортування вантажів по всьому світу. Мають багаторічний досвід у цій галузі і пропонують глибокий аналіз різних видів транспортування, від авіації до морських перевезень. Пильно відбирають лише надійних і пунктуальних перевізників, що працюють на різних напрямках. Послуга включає в себе організацію та забезпечення логістичного ланцюжка.

«ШЕРП-ЕКСПО» займається документами, транспортом, оформленням та зберіганням вантажу. Визначають найзручніший вид транспорту для вантажу та обирають найбільш оптимального перевізника за заданим напрямком. Маючи партнерів і агентів у більшості країн світу, забезпечують найкращі умови для вантажу. Організовують перевезення як комплектних, так і негабаритних вантажів автомобільним, морським, залізничним транспортом. Також можуть організувати перевезення та доставку вантажу по Україні як частину міжнародного транспортування. Компанія готова забезпечити попередню консолідацію вантажів на складах у Європі для оптимізації витрат.

Проектна логістика - це їх сильна сторона. Мають багатий досвід та вражаючий портфель успішних проектів в перевезенні негабаритних вантажів, промислових ліній та заводів. Система підходу до кожного проекту починається з детального аналізу документації, підготовки інвойсів для митного оформлення та вибору оптимального маршруту. Проводять обстеження маршруту з виїздом фахівців і координацією документообігу між одержувачем та постачальником [27].

Також відповідають за вибір компанії-перевізника, включаючи організацію мультимодального перевезення та отримання всіх необхідних дозволів. Можуть забезпечити роботу "під ключ", включаючи митне оформлення та комплекс вантажно-розвантажувальних та монтажних робіт на місці доставки. Багатий досвід включає в себе оформлення тимчасового ввезення професійного обладнання,

включаючи переміщення з АТА Карнету. Пишаються своєю ефективністю та надійністю у реалізації складних проектів.

Компанія «ШЕРП-ЕКСПО» надійний партнер у сфері митного оформлення та транспортно-експедиційного обслуговування на міжнародних виставках. Мають багаторічний досвід і є офіційним експедитором і митним агентом для більшості міжнародних виставкових подій, які проводяться у Києві, Одесі та інших містах України. Їх команда готова надавати повний комплекс послуг, починаючи з оформлення тимчасового та постійного вивезення вантажів на зарубіжні виставки.

Докладають всіх зусиль, щоб забезпечити безперебійну та безпечну транспортну логістику вантажу. Послуги включають в себе митне оформлення, підготовку необхідних документів, консультації з правил ввезення в Україну та інші країни, а також вибір оптимального маршруту та виду доставки. Також готові забезпечити логістичний супровід вантажів для презентацій, концертних заходів, шоу та спортивних подій. Команда працює напряму з іноземними партнерами та гарантує максимальну ефективність та надійність обслуговування.

Компанія розуміє, що навіть найменша помилка у логістиці може коштувати дорого, тому дбає про кожну деталь і готові підтримати бізнес на всіх етапах організації виставок.

Організація надання послуг підприємством включає в себе ряд ключових етапів та процесів, таких як:

Аналіз ринку і конкурентів є важливим кроком при організації надання послуг підприємством. Цей аналіз допомагає зрозуміти, чи існує попит на послуги, що може задовольнити цей попит, і які можливості та виклики існують на ринку.

Перш за все, необхідно визначити географічну та сегментну область, на яку спрямовані плани впливу. Наприклад, який регіон планується обслуговувати та які групи клієнтів цікавляться цими послугами. Вивчається рівень попиту на послуги, які планується надавати. Оцінюється, чи спостерігається ріст або спад попиту в цій галузі та які чинники цьому сприяють [27].

Досліджуються компанії-конкуренти у сфері діяльності. Це охоплює ідентифікацію та оцінку інших фірм, що пропонують аналогічні послуги, розгляд

їхніх переваг та недоліків, ціноутворення, маркетингові стратегії, асортимент послуг та якість обслуговування.

Визначається стратегія ціноутворення конкурентів та можливості конкурувати за допомогою цін або якості послуг. Аналізуються характеристики цільової аудиторії, включаючи демографічні, психографічні та поведінкові аспекти потенційних клієнтів. Визначаються можливості та загрози, що існують на ринку, такі як нові тенденції, регуляторні зміни, зміни в споживчому попиті тощо. Досліджується міжнародний ринок, якщо це є актуальним для конкретного випадку, і розглядаються можливості для розширення за кордоном.

На основі отриманої інформації розробляється стратегія входу на ринок та конкуренції з іншими учасниками. Це охоплює плани маркетингу, ціноутворення, позиціонування тощо. Після введення на ринок постійно відслідковується його стан, і стратегія адаптується відповідно до змін.

Наступним етапом в процесі організації надання послуг компанії є визначення конкретизація послуг, що саме підприємство планує надати своїм клієнтам. Починають з вивчення потреб цільового ринку. Розуміють, які проблеми або потреби можуть мати потенційні клієнти, і які послуги можуть вирішити ці проблеми або задовольнити ці потреби.

Ретельно розглядають характеристики продукту або послуги. Які унікальні особливості вони мають, які переваги вони можуть пропонувати в порівнянні з конкурентами. Створюють докладний перелік послуг, які підприємство має намір надавати. Деталізують кожну послугу, включаючи її опис, обсяг, умови надання, технічні характеристики і якість.

Описують, чому саме послуги вигідні для клієнтів. Яка основна перевага, що робить їх пропозицію привабливою.

Переконуються, що асортимент послуг відповідає потребам і бажанням цільової аудиторії. Це може включати в себе збору відгуків від клієнтів або проведення досліджень. Розглядають послуги, які надають конкретні найбільш схожі конкуренти. Порівнюють їх асортимент і визначають, як можна виділитися на ринку [27].

Після визначення послуг розробляють докладні технічні специфікації для кожної з них. Це включає в себе точний опис процесу надання послуги, вимоги до якості і будь-які інші важливі деталі. Періодично тестують та оцінюють послуги, щоб впевнитися, що вони відповідають потребам і очікуванням клієнтів. Вносять вдосконалення, якщо це необхідно.Після визначення послуг ефективно демонструють цінність і переваги потенційним клієнтам через маркетингові канали і комунікаційні стратегії.

Розробляють систему підтримки та обслуговування для клієнтів, яка гарантує надання якісних послуг і вирішення їхніх поточних питань і проблем.

Після аналізу ринку та визначення основних послуг у списку організації надання послуг у ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» є створення бізнес-плану, над яким плідно працювало керівництво компаній, стисло вони поділилися як то було:

- Визначили мету бізнес-плану і цільову аудиторію.
- Створили опис основних аспектів майбутнього бізнесу.
- Визначити ринок, визначити цільову аудиторію і конкурентів.
- Створили свою маркетингову стратегію.
- Продумали початковий стан структури компанії.
- Розробили прогнози доходів і витрат.
- Визначили темп і кроки для втілення плану.
- Проаналізували ризики і способи їх уникнення або контроль над ними.
- Визначили потребу у масштабах в фінансуванні.
- Перевірили і підготували бізнес-план для представлення майбутнім партнерам.

Далі йдуть такі моменти як вибір локації для розташування офіса, підбір персоналу, реклама, маркетинг та піар, налаштування служби підтримки та системи прийому заявок. Не менш важливими будуть фінансовий контроль, оцінка результатів та постійний розвиток та адаптація до нових реалій. Такий шлях пройшла компанія «ШЕРП-ЕКСПО» перед початком надання послуг у сфері перевезень.

Основні види надання послуг у сфері транспортної логістики включають:

Митне оформлення: Ця послуга включає в себе всі необхідні процедури та формальності, пов'язані з пропуском товарів через митний кордон. Митні брокери та агенти допомагають клієнтам правильно оформити та здійснити розмитнення товарів.

Імпортер ЗЕД (Зовнішньоекономічна діяльність): Ця послуга включає в себе управління імпортом товарів з інших країн. Імпортери ЗЕД займаються плануванням, закупівлею імпортних товарів та забезпеченням їх подальшого розповсюдження на внутрішньому ринку.

Складське зберігання: Компанії, які надають послуги складського зберігання, мають простори для зберігання товарів клієнтів. Вони відповідають за безпеку, контроль і розподіл товарів згідно з потребами клієнта.

Міжнародні перевезення: Ця послуга включає в себе перевезення товарів між країнами. Це може включати водний, повітряний, залізничний або автомобільний транспорт. Логістичні компанії організовують та виконують міжнародні перевезення.

Проектна логістика: Ця послуга спрямована на організацію і управління складними проектами, такими як будівництво об'єктів інфраструктури або встановлення великих машин. Вона включає в себе координацію різних видів логістичних послуг для досягнення конкретних проектних цілей.

Виставкові вантажі: Компанії, що спеціалізуються на цій послузі, займаються логістикою та перевезеннями виставкового обладнання та матеріалів для виставок і ярмарків [27].

Ці види послуг у сфері митного оформлення та логістики спеціалізуються на різних аспектах ведення бізнесу та допомагають компаніям ефективно керувати їхніми логістичними потребами.

Основною метою транспортно-логістичної компанії «ШЕРП-ЕКСПО» є ефективне управління рухом та перевезенням товарів, щоб забезпечити найкращий можливий рівень обслуговування клієнтів і оптимізувати логістичні процеси. Головні цілі такої компанії включають в себе:

- Ефективність та оптимізація перевезень
- Забезпечення надійності і безпеки
- Зменшення витрат

- Покращення обслуговування клієнтів
- Створення конкурентних переваг

Організаційна структура ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» складається з стандартної системи для товариств з обмеженою діяльністю.

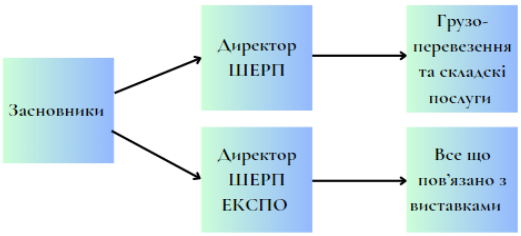

Рис. 2.2 Організаційна структура ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»

[Джерело: створено автором на основі знань отриманих на підприємстві]

Проаналізувавши основні послуги, можна зрозуміти, що компанія має 6 напрямів, наразі діють два основних напрямки роботи. Деякі стали не актуальні під час всесвітньої епідемії, так як імпорт та експорт став на паузу у світі, також війна внесла деякі корективи у актуальність певних напрямів. Співробітники можуть працювати у своєму відділі, або за потреби надавати консультації колегам чи самостійно доєднатись до проектів. Основні працівники в компанії це брокери та логісти. У табл. 2.1 розглянемо обсяг надання послуг натуральному виразі на основі асортиментних груп, на яких зосереджена діяльність підприємства.

Таблиця 2.1

Обсяг надання послуг ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» у розрізі асортиментних груп за 2022-2023 роки

№ з/п	Найменування послуг	Обсяг надання послуг в натуральному виразі, од.		Відхилення	
		2022 р.	2023 р.	абсолютне, +/-	відносне, %
1.	Митне оформлення	56	41	-15	-26,79
2.	Імпортер ЗЕД	45	38	-7	-15,56
3.	Складське зберігання	112	93	-19	-16,96
4.	Міжнародне перевезення	23	11	-12	-52,17
5.	Проектна логістика	32	24	-8	-25
6.	Виставкові вантажі	67	45	-22	-32,84
Разом:		335	252	-83	-24,77

[Джерело: створено автором на основі наданої інформації на підприємстві]

У таблиці 2.2 розглянуто обсяги надання послуг залежно від товарних груп, на які орієнтуються компанії.

Таблиця 2.2

Аналіз структури переліку надання послуг

за 2022–2023 роки

№ з/п	Найменування послуг	Обсяг надання послуг, тис. грн.		Структура асортименту, %		Відхилення у структурі, %
		2022 р.	2023.р.	2022 р.	2023 р.	
1.	Митне оформлення	2134,9	1980,9	16,72	16,27	-0,45
2.	Імпортер ЗЕД	1714,8	1836,03	13,43	15,08	1,65
3.	Складське зберігання	4268,5	4492,6	33,43	36,90	3,47
4.	Міжнародне перевезення	877,3	532,06	6,87	4,37	-2,5
5.	Проектна логістика	1219,4	1159,08	9,55	9,52	-0,03
6.	Виставкові вантажі	2553,7	2174,5	20	17,86	-2,14
Разом		12768,6	12175,3	100	100	-

[Джерело: створено автором на основі наданої інформації на підприємстві]

Можна побачити, як через ситуацію у країні зменшився попит на послуги у транспортно-логістичній компанії, як всередині країни так і на постачання товарів за кордон.

Кожна компанія має обов'язок представляти інформацію про свою щорічну управлінську та фінансову звітність.

Фінансова звітність - це комплексна інформація, яка подається компанією або організацією з метою обліку і звітності щодо її фінансового стану та результатів діяльності протягом певного періоду.

Управлінська звітність допомагає менеджменту керувати бізнесом більш ефективно, виокремлюючи ключові питання, визначаючи пріоритети та розробляючи стратегії.

У звітах ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» за 2022-2023 роки розглядаються основні техніко-економічні показники, які включають в себе інформацію про фінансовий

стан, прибуток та витрати компанії, а також процеси управління. Розглянемо таблицю 2.3 для аналізу даних.

Таблиця 2.3

Основні техніко-економічних показників діяльності підприємства за 2022–2023 роки

№ пп	Найменування показника	Одиниці виміру	Роки		Відхилення	
			2022	2023	абсолютне, ±	відносне, %
1	2	3	4	5	6	7
1.	Дохід від реалізації послуг	тис. грн.	12469	13338,7	869,7	6,97
2.	Чистий дохід від реалізації послуг	тис. грн.	12175,3	12768,6	593,3	4,87
3.	Середньооблікова кількість штатних працівників	осіб	10	10	0	0
4.	Середньорічна вартість основних виробничих засобів	тис. грн.	308,3	283,6	-24,7	-8,01
5.	Фонд оплати праці штатних працівників	тис. грн.	3219,9	3156,3	-60,6	-1,88
6.	Собівартість реалізованої послуг	тис. грн.	9382,8	8315,5	-1066,3	-11,36
7.	Валовий прибуток	тис. грн.	2792,5	4452,1	1659,6	59,43
8.	Інші операційні доходи	тис. грн.	211,9	483,6	271,7	128,22
9.	Адміністративні витрати	тис. грн.	723,5	714,8	-8,7	-1,2
10.	Інші операційні витрати	тис. грн.	1974,1	3777,7	803,6	27,1
11.	Витрати на збут	тис. грн.	30	80	50	166,6
12.	Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн.	12110,4	12889	-221,4	-1,6
13.	Фінансовий результат від операційної діяльності, Прибуток	тис. грн.	276,8	363,2	86,4	31,2
14.	Чистий прибуток	тис. грн.	227,0	297,8	70,8	31,2
15.	Продуктивність праці	тис. грн. /осіб	1217,53	1276,83	59,33	4,8
16.	Середньомісячна заробітна плата штатного працівника	грн.	26807,5	26302,5	-505	-1,8

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5	6	7
18.	Рентабельність діяльності	%	1,86	2,33	0,47	Х
19.	Рентабельність продукції	%	2,41	3,58	1,17	Х
20.	Ефективність персоналу	тис. грн. /осіб	22,7	29,78	7,08	31,2

[Джерело: створено на основі додатку А]

Якщо аналізувати наданні данні, то можна побачити, що у більшості випадків 2023 рік був позитивними для компанії «ШЕРП-ЕКСПО». Дохід від реалізації послуг, чистий дохід від реалізацій послуг, валовий прибуток зросли, що є гарним показником. Кількість штатних показників залишається не зміною вже не один рік, це також чудовий показник, який стосується не лише умов праці, а й клімату в середині колективу, за такий період більшість стали один одному родиною.

Рентабельність бізнесу росте з кожним роком, відкриваючи для компанії нові кордони. Заробітна плата працівників трохи зменшилась, бо через ситуацію в країні деякі проекти стали на паузу, тому кількість послуг зменшилась, навантаження працівників стало легшим. Але це не погано, працівники більше вкладаються в наявні проекти. Всі показники які зменшились чи зросли, мають на це причину, керівництво компанії прискіпливо вивчають ці питання, для покращення показників, та уникнення у майбутньому.

2.2. Аналіз кадрового менеджменту товариства «ШЕРП-ЕКСПО»

Кадровий менеджмент — це комплекс заходів, що спрямовані на управління людськими ресурсами в організації. Основні функції кадрового менеджменту включають набір, відбір, адаптацію, навчання, розвиток, мотивацію та оцінку працівників, а також планування кар'єри і управління трудовими відносинами.

Кадровий менеджмент відіграє надзвичайно важливу роль в управлінні організаціями, спрямовуючи діяльність на ефективне використання людських ресурсів. Це комплекс заходів, що охоплює пошук, відбір, адаптацію, навчання, розвиток, мотивацію та оцінку працівників, а також планування кар'єри і управління трудовими відносинами. Кожна з цих функцій є важливою для забезпечення успіху організації.

Першим кроком у кадровому менеджменті є пошук і відбір персоналу. Це складний процес, який включає пошук кандидатів через різні канали, такі як рекрутингові агентства, оголошення в ЗМІ та інтернет-платформи. Важливим елементом є проведення співбесід, тестування та відбору кандидатів. Рекрутингові агентства допомагають знайти висококваліфікованих спеціалістів, тоді як оголошення та інтернет-платформи дозволяють охопити ширшу аудиторію.

Наступним етапом є адаптація нових працівників, що включає введення їх в курс справ компанії, її культури та політики. Це критично важливо для швидкої інтеграції нових співробітників у робочий процес. Наставництво та підтримка на початковому етапі роботи допомагають новим працівникам швидше освоїтися та ефективно виконувати свої обов'язки.

Організація навчання та розвитку персоналу є ще одним важливим аспектом кадрового менеджменту. Це включає проведення тренінгів, семінарів та курсів підвищення кваліфікації. Планування кар'єрного росту сприяє мотивації працівників до професійного зростання. Важливо, щоб співробітники мали можливість розвиватися і вдосконалювати свої навички, що сприятиме підвищенню їхньої продуктивності та задоволеності роботою.

Розробка системи мотивації, як матеріальної, так і нематеріальної, є ключовим фактором успішного управління персоналом. Матеріальна мотивація включає преміювання, бонуси та додаткові виплати, тоді як нематеріальна мотивація може включати визнання досягнень, організацію корпоративних заходів та залучення працівників до процесу прийняття рішень. Ефективна мотиваційна система сприяє підвищенню лояльності та продуктивності працівників.

Оцінка ефективності працівників є невід'ємною частиною кадрового менеджменту. Вона включає регулярну оцінку результатів роботи, продуктивності та ефективності співробітників. Використання різних методів оцінки, таких як 360-градусна оцінка, KPI та щорічні оцінки продуктивності, допомагає забезпечити об'єктивну та всебічну оцінку. Зворотний зв'язок і рекомендації щодо подальшого розвитку допомагають працівникам розуміти свої сильні та слабкі сторони і працювати над покращенням.

Управління трудовими відносинами включає забезпечення відповідності трудового законодавства, норм охорони праці та техніки безпеки. Це також включає вирішення конфліктів і забезпечення сприятливого психологічного клімату на робочому місці. Вчасне виявлення та ефективне вирішення трудових конфліктів є критично важливим для підтримання здорової робочої атмосфери.

Кадровий менеджмент є ключовим елементом стратегії будь-якої організації, оскільки успіх компанії значною мірою залежить від професіоналізму та мотивації її працівників. Комплексний підхід до управління людськими ресурсами, що включає пошук, адаптацію, навчання, мотивацію та оцінку персоналу, сприяє створенню професійної та мотивованої команди, яка здатна досягти високих результатів та забезпечити успіх компанії в довгостроковій перспективі.

Ефективний кадровий менеджмент є важливим компонентом успіху будь-якої організації. Він не тільки включає управління персоналом на різних етапах їхньої кар'єри, але й використовує різноманітні методи для забезпечення того, щоб кожен працівник виконував свої обов'язки на найвищому рівні. Серед цих методів виділяються аналіз робіт та посадових інструкцій, оцінка компетенцій та планування трудових ресурсів.

Одним із базових методів кадрового менеджменту є аналіз робіт та посадових інструкцій. Це процес, що включає чітке визначення обов'язків, необхідних навичок та вимог до посад. Мета цього методу полягає в тому, щоб забезпечити відповідність між вимогами посади та навичками працівника.

Аналіз робіт починається з детального опису кожної посади, що включає основні завдання, обов'язки та необхідні для їх виконання навички. Це дозволяє не

лише краще зрозуміти, що саме потребується від працівників, але й створює основу для ефективного підбору та відбору кандидатів. Чітко визначені посадові інструкції також допомагають у плануванні навчання та розвитку працівників, оскільки виявляють прогалини у знаннях та навичках, які необхідно заповнити.

Наступним важливим методом є оцінка компетенцій. Це процес визначення ключових компетенцій, необхідних для успішного виконання роботи. Компетенції можуть включати як технічні навички, так і міжособистісні якості, такі як комунікація, лідерство та адаптивність.

Оцінка компетенцій проводиться за допомогою різних інструментів, включаючи інтерв'ю, тести та оцінювання на робочому місці. Вона допомагає визначити сильні та слабкі сторони працівників, що дозволяє розробити індивідуальні плани розвитку та навчання. Оцінка компетенцій також сприяє створенню ефективних команд, де кожен член має чітко визначену роль, відповідно до своїх компетенцій.

Планування трудових ресурсів є ще одним ключовим методом кадрового менеджменту. Воно включає прогнозування потреб в персоналі та планування їх залучення. Це стратегічний процес, що дозволяє організаціям готуватися до майбутніх змін та уникати нестачі або надлишку робочої сили.

Процес планування трудових ресурсів починається з аналізу поточних та майбутніх потреб компанії. Це включає в себе оцінку кількості працівників, необхідних для виконання певних завдань, а також навичок та компетенцій, які вони повинні мати. На основі цього аналізу розробляються плани залучення нових працівників, навчання та розвитку існуючих, а також можливості для їх кар'єрного росту.

Методи кадрового менеджменту, такі як аналіз робіт та посадових інструкцій, оцінка компетенцій та планування трудових ресурсів, є фундаментальними для забезпечення ефективного управління людськими ресурсами. Вони дозволяють організаціям чітко визначати вимоги до посад, оцінювати та розвивати компетенції працівників, а також планувати та реалізовувати стратегії залучення та розвитку персоналу. Завдяки цим методам організації можуть створювати високопрофесійні та

мотивовані команди, здатні досягти високих результатів і забезпечити довгостроковий успіх.

Кадровий менеджмент є ключовим аспектом успішного управління організацією, однак цей процес супроводжується численними викликами. Серед основних проблем виділяються висока плинність кадрів, необхідність постійного набору та навчання нових працівників, адаптація до змін на ринку праці та впровадження нових технологій, а також мотивація працівників у конкурентному середовищі. Ці виклики вимагають від кадрових менеджерів розробки ефективних стратегій для їх подолання.

Висока плинність кадрів є одним з найсерйозніших викликів, з якими стикаються організації. Часті зміни в складі команди призводять до додаткових витрат на набір, відбір та навчання нових співробітників. Крім того, постійний рух кадрів може негативно впливати на робочу атмосферу та продуктивність.

Для зменшення плинності кадрів важливо розробити стратегії утримання персоналу, які включають конкурентоспроможну заробітну плату, можливості для професійного розвитку та кар'єрного росту, а також створення сприятливого робочого середовища. Інвестиції в розвиток корпоративної культури та забезпечення належного рівня комунікації між керівництвом і працівниками також можуть значно знизити рівень плинності кадрів.

Сучасний ринок праці є динамічним і постійно змінюється під впливом нових технологій, економічних факторів та змін у законодавстві. Кадрові менеджери повинні бути готовими до адаптації та впровадження нових підходів у управлінні персоналом. Це включає інтеграцію сучасних технологій у процеси рекрутингу та навчання, а також адаптацію до нових вимог та очікувань працівників.

Впровадження нових технологій, таких як автоматизація рекрутингових процесів, використання аналітичних інструментів для оцінки ефективності працівників та онлайн-платформ для навчання, дозволяє значно підвищити ефективність кадрового менеджменту. Водночас, важливо слідкувати за змінами в трудовому законодавстві та економічній ситуації, щоб вчасно адаптувати політики компанії до нових умов.

Мотивація працівників є ще одним критичним викликом у кадровому менеджменті. У сучасних умовах конкуренції на ринку праці важливо розробити ефективні системи мотивації, які допоможуть залучати та утримувати талановитих фахівців. Це включає як матеріальну, так і нематеріальну мотивацію.

Матеріальна мотивація, така як конкурентоспроможна заробітна плата, бонуси та соціальні пільги, є важливою, але не єдиною складовою успішної мотиваційної системи. Нематеріальна мотивація, включаючи визнання досягнень, можливості для професійного зростання, залучення працівників до процесу прийняття рішень та створення сприятливої робочої атмосфери, також відіграє важливу роль.

Виклики кадрового менеджменту, такі як висока плинність кадрів, необхідність адаптації до змін на ринку праці та мотивація працівників, вимагають від менеджерів постійного вдосконалення своїх підходів та стратегій. Ефективне управління цими викликами дозволяє створити стабільну та продуктивну команду, яка здатна досягти високих результатів та забезпечити довгостроковий успіх організації. Інноваційні підходи, гнучкість та уважність до потреб працівників є ключовими факторами у подоланні цих викликів та створенні ефективної системи кадрового менеджменту.

Кадровий менеджмент відіграє важливу роль у забезпеченні стабільності та успішності будь-якої організації. Завдяки ефективному управлінню людськими ресурсами, яке включає пошук, відбір, адаптацію, навчання, мотивацію та оцінку працівників, організації можуть створювати професійні та мотивовані команди, здатні досягати високих результатів. Виклики, пов'язані з високою плинністю кадрів, адаптацією до змін на ринку праці та мотивацією працівників, вимагають розробки інноваційних та гнучких стратегій.

Методи кадрового менеджменту, такі як аналіз робіт та посадових інструкцій, оцінка компетенцій та планування трудових ресурсів, дозволяють забезпечити відповідність між вимогами посад та навичками працівників, а також прогнозувати та планувати потреби в персоналі. Подолання викликів, зокрема, високої плинності кадрів, потребує систематичного підходу до утримання співробітників, створення сприятливого робочого середовища та забезпечення можливостей для кар'єрного росту.

Адаптація до змін на ринку праці та впровадження нових технологій є необхідними для збереження конкурентоспроможності та ефективності кадрового менеджменту. Системи мотивації, що включають як матеріальні, так і нематеріальні елементи, відіграють важливу роль у залученні та утриманні талановитих фахівців.

Загалом, успіх організації значною мірою залежить від її здатності ефективно управляти людськими ресурсами. Використовуючи сучасні методи та підходи, кадрові менеджери можуть забезпечити довгостроковий успіх та розвиток компанії, створюючи мотивовані та компетентні команди, здатні адаптуватися до змін та досягати поставлених цілей.

Розглянемо кадровий менеджмент у розрізі транспортно-логістичної компанії «ШЕРП-ЕКСПО», а саме мотивація та розвиток персоналу. Мотивація працівників є важливою складовою кадрового менеджменту в «ШЕРП-ЕКСПО». Умови роботи в транспортно-логістичній компанії часто вимагають від працівників високого рівня стресостійкості, гнучкості та здатності швидко приймати рішення. Для забезпечення мотивації працівників компанія використовує комплексний підхід, що включає матеріальні та нематеріальні стимули.

Конкурентоспроможна заробітна плата, забезпечення справедливої та конкурентної заробітної плати, що відповідає ринковим стандартам, є основою матеріальної мотивації. Впровадження системи бонусів та премій за досягнення ключових показників ефективності (KPI), що стимулює працівників до виконання поставлених завдань на високому рівні. Надання додаткових соціальних пільг, таких як медичне страхування, оплачувані відпустки та інші види матеріальної підтримки.

Важливість визнання досягнень працівників через публічне визнання, нагороди та сертифікати. Створення чіткої траєкторії кар'єрного росту, що дає працівникам можливість розвиватися та підніматися по кар'єрних сходах. Забезпечення гнучких умов праці, що дозволяють працівникам балансувати між роботою та особистим життям. Підтримка позитивної корпоративної культури, що сприяє взаємодії, співпраці та розвитку командного духу.

Інвестиції у професійний розвиток працівників сприяють підвищенню їхньої кваліфікації, задоволеності роботою та ефективності виконання обов’язків.

Регулярне проведення внутрішніх та зовнішніх тренінгів і семінарів, що охоплюють різні аспекти професійної діяльності, включаючи технічні навички, управлінські компетенції та міжособистісні навички. Впровадження програм наставництва, де досвідчені працівники допомагають новачкам адаптуватися та розвиватися в компанії, а також коучингових програм для розвитку лідерських якостей. Розробка індивідуальних планів кар'єрного росту для працівників, що включають визначення цілей розвитку, необхідних навичок та шляхів їх досягнення. Надання можливостей для участі в професійних освітніх програмах, курсах підвищення кваліфікації та сертифікаційних програмах, що дозволяють працівникам отримувати нові знання та підвищувати свою професійну компетентність.

Компанія «ШЕРП-ЕКСПО» приділяє увагу мотивації та розвитку свого персоналу, розуміючи, що успіх у транспортно-логістичній галузі залежить від професіоналізму, задоволеності роботою та мотивації працівників. Використання комплексного підходу до мотивації, що включає матеріальні та нематеріальні стимули, а також інвестиції в розвиток персоналу через навчання, тренінги та освітні програми, дозволяють компанії підтримувати високий рівень задоволеності працівників та ефективності їх роботи. Успішна реалізація цих заходів сприяє зміцненню позицій компанії на ринку та забезпечує її довгостроковий розвиток та процвітання.

Ефективне планування потреби в персоналі та його раціональне використання ґрунтується на аналізі складу і структури трудових ресурсів ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» (табл. 2.4). Аналіз інформації, поданої в табл. 2.4, показує, що середньооблікова чисельність постійних працівників протягом звітного року не майже змінилася. Це свідчить про здоровий клімат колективу та адекватні умови праці. На стабільність чисельності співробітників компанії може впливати ціла низка чинників і умов. До числа основних факторів, що впливають на стабільність чисельності персоналу, належать: економічна стабільність підприємства, умови праці, заробітна плата та пільги, управління персоналом, корпоративна культура, можливості розвитку, соціальні та особистісні чинники, конкуренція на ринку праці [27].

Ці особистісні та організаційні чинники дають змогу компаніям залучати й утримувати компетентних співробітників, забезпечуючи тим самим стабільність чисельності персоналу.

Таблиця 2.4

Аналіз складу та структури працівників підприємства за 2022–2023 роки

№	Показники	2022 р.		2023р.		Відхилення	
		осіб	%	осіб	%	абсолютне, осіб	структурні зрушення, п. п.
1	Середньооблікова кількість штатних працівників, в т. ч.:	10	100	10	100	0	0
2	Непромисловий персонал	-	-	-	-	-	-
3	Промислово-виробничий персонал, в т. ч.:	10	100	10	100	0	0
3.1	*Управлінський:*	10	100	10	100	0	0
3.1.1	– керівники	2	20	3	30	1	10
3.1.2	– спеціалісти	8	80	7	70	1	10
-3.1.3	– службовці	-	-	-	-	-	-
3.2	*Виробничий:*	-	-	-	-	-	-
3.2.1	– робітники	-	-	-	-	-	-
3.2.2	– інший персонал (молодший обслуговуючий, працівники охорони, учні)	-	-	-		-	-

[Джерело: створено автором на основі наданої інформації на підприємстві]

Є деякі зміни у штаті, вертикальне підвищення отримав однин із провідних спеціалістів, директора делегували йому частину своїх обов’язків щоб зайнятись іншими новими проектами. Основну частину персоналу ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» складають спеціалісти, такі як логісти, таможні брокери та менеджери прийому заявок.

Далі проведемо аналіз співвідношення чоловіків та жінок на підприємстві, так як було зазначено раніше, на підприємстві відсутній лінійний персонал, який зазвичай бере на себе важку фізичну роботу, тобто чоловіків, також у штаті немає фей чистоти, тобто

жінок, йде порівняння лише управлінського персоналу. Так як, кількість людей за два роки не змінилась, все виглядає таким чином:

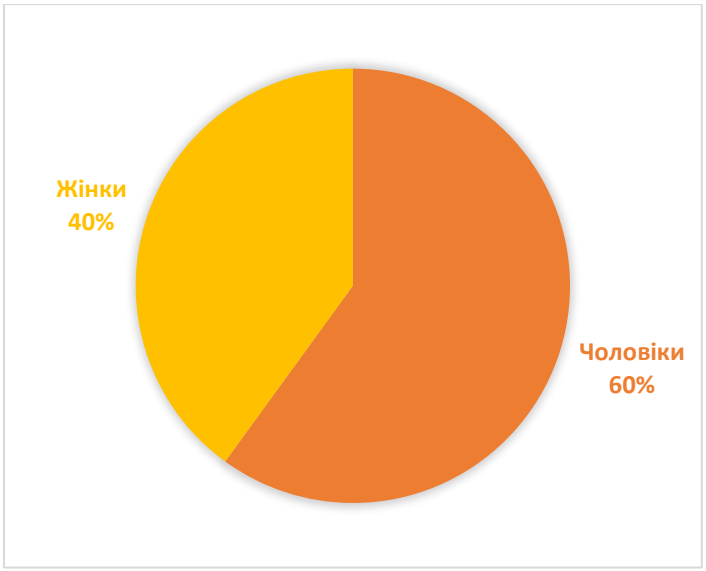

Рис. 2.3 Співвідношення гендерів у компанії «ШЕРП-ЕКСПО»

[Джерело: створено автором на основі наданої інформації на підприємстві]

Майже однакова кількість, значних переваг немає. Це може бути пов'язано з тим, що вік людей які працюють у цій компанії наближається до 45 років, тобто це люди які виросли під час існування СССР. Нація яка росла під час «совка», була так вихована, що чоловік він видобувач, має працювати та забезпечувати родину, а жінка вона відповідала за будинок, була господаркою, займалась побутом та виховувала дітей. Так жили їх батьки, дідусі та бабусі, так було прийнято у соціумі. І взагалі якщо поглибитись в історію, то жінки виборювали право працювати. Зараз світ змінився, жінки працюють на рівні і мають точно такі ж права як і чоловіки, незалежно від віку [27].

Якщо розглянути вікові категорії, які працюють існує загальна тенденція, яка виглядає таким чином:

1. Молодь (вік 18-25 роки): Молоді люди зазвичай починають працювати в ранньому або середньому підлітковому віці. Вони часто вибирають низку робочих місць, які вимагають меншого досвіду і високої енергії.

2. Вік робочої активності (вік 25-54 роки): Це основна вікова група працюючого населення. У цьому віці багато людей завершують навчання, набирають досвіду та розвивають свою кар'єру.

3. Пізній вік (вік 55 і старше): Люди після виходу на пенсію також можуть продовжувати працювати, або виходити на роботу з неповним робочим днем. Це стосується так званих "працездатних пенсіонерів".

Важливо відзначити, що вікові межі робочого віку можуть різнитися в різних країнах. Деякі країни встановлюють обмеження на вік виходу на пенсію та правила пенсійного забезпечення, які можуть впливати на рішення людей щодо того, коли вони виходять на пенсію та чи продовжують працювати.

Крім того, збільшується увага до поняття "довголітнього навчання" та "перекваліфікації", що означає, що навчання та професійний розвиток можуть тривати протягом усього життя, а не лише у молодому віці. Це важливо для адаптації до змін у сучасному ринку праці та підтримання конкурентоспроможності. Розглянемо вікові категорії які працюють у компанії «ШЕРП-ЕКСПО» на рис. 2.4

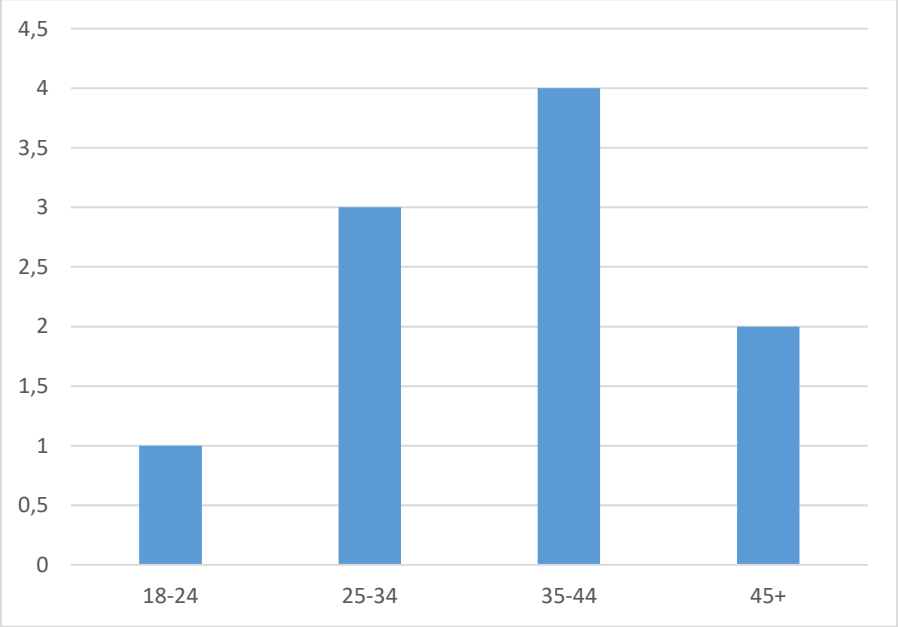

Рис. 2.4 Вікові категорії працівників ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»

[Джерело: створено автором на основі наданої інформації на підприємстві]

Більшість співробітників товариства з обмеженою діяльністю «ШЕРП-ЕКСПО» перебувають у віці від 35 до 45 років, є молоді фахівці та досвідчені керівники, старші за 45 років. Майже 70% колективу починали працювати у компанії ще з молодого віку і росли та розвивались разом з компанією. Всі працівники мають диплом бакалавра, деякі магістра, а один із керівників навіть доктор наук.

2.3. Аналіз використання рекрутингу персоналу ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»

Згадаємо, що рекрутинг — це не просто процес пошуку, залучення, відбору та найму кандидатів на робочі позиції в організації. Це ціле мистецтво, спрямоване на забезпечення компанії кваліфікованими працівниками, які ідеально відповідають вимогам і потребам бізнесу, сприяючи його успіху та процвітанню. Рекрутинг вимагає не тільки професійного підходу, а й розуміння культурних, етичних та професійних особливостей кожного кандидата.

На даний момент ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» повністю вкомплектоване для своїх масштабів та задач. Це невелика, але потужна транспортно-логістична компанія, яка ретельно підходить до питань найму, забезпечуючи свої робочі процеси лише найкращими кадрами. Компанія відчула, що в постійному пошуку та залученні кандидатів немає нагальної потреби, оскільки поточний штат повністю задовольняє всі операційні вимоги.

Проте, у світі бізнесу часто виникають непередбачувані ситуації, які вимагають негайного реагування та адаптації. ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» не є виключенням і періодично стикається з ситуаціями, коли необхідно швидко знайти додаткові робочі руки. У таких випадках товариство звертається до агентств з найму, що спеціалізуються на наданні тимчасового персоналу на умовах лізингу.

Використання агентств з найму для залучення тимчасового персоналу має численні переваги. Передусім, це дозволяє «ШЕРП-ЕКСПО» зберігати необхідну гнучкість у управлінні робочою силою. Завдяки цьому компанія може оперативно реагувати на зміни у виробничих потребах, сезонні піки або раптове збільшення обсягу робіт. Це особливо важливо у логістичному секторі, де вимоги можуть змінюватися дуже швидко.

Залучення тимчасового персоналу через агентства з найму значно знижує адміністративне навантаження на компанію. Всі питання, пов'язані з пошуком, відбором та оформленням працівників, вирішуються агентством. Це не лише зменшує навантаження на внутрішній кадровий відділ, але й мінімізує ризики, пов'язані з адміністративними процедурами та юридичними аспектами працевлаштування.

Агентства з найму мають доступ до великих баз даних кандидатів, що дозволяє швидко знайти необхідних спеціалістів з відповідними навичками та досвідом. Це забезпечує компанії можливість залучати висококваліфікованих працівників у найкоротші терміни, що є важливим фактором для оперативного вирішення нагальних завдань.

Процес залучення тимчасового персоналу в «ШЕРП-ЕКСПО» починається з визначення потреб компанії. Керівництво аналізує свої потреби, визначає кількість необхідних працівників, їхні кваліфікаційні вимоги та тривалість контракту. Після цього компанія укладає договір з агентством з найму, яке бере на себе відповідальність за пошук та відбір кандидатів.

Агентство проводить первинний відбір кандидатів та надає компанії список рекомендованих претендентів. Після затвердження кандидатів компанією тимчасові працівники інтегруються у робочий процес. Протягом періоду роботи агентство здійснює моніторинг їхньої діяльності та вирішує будь-які питання, що можуть виникнути.

Хоча використання тимчасового персоналу має багато переваг, існують певні виклики. Одним з них є якість та надійність тимчасових працівників. Не завжди тимчасові працівники можуть бути достатньо кваліфікованими або надійними. Для подолання цього виклику важливо співпрацювати з перевіреними агентствами з найму, встановлювати чіткі вимоги до кандидатів та проводити додаткові внутрішні співбесіди.

Іншим викликом є адаптація та продуктивність тимчасових працівників. Вони можуть потребувати час для адаптації до внутрішніх процесів компанії. Ефективна програма введення в курс справ, надання наставників для нових працівників та чітке визначення обов’язків і очікувань допоможуть швидко інтегрувати тимчасових працівників у колектив та підвищити їхню продуктивність.

Також важливою є мотивація тимчасових працівників. Вони можуть бути менш мотивовані порівняно з постійним персоналом. Запровадження системи бонусів за досягнення результатів, забезпечення сприятливих умов праці та можливостей для професійного розвитку допоможе підвищити мотивацію тимчасових працівників.

ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» ефективно використовує агентства з найму для залучення тимчасового персоналу на умовах лізингу, що дозволяє компанії швидко та гнучко реагувати на змінні виробничі потреби та знижувати адміністративні витрати. Використання тимчасових працівників через агентства забезпечує компанію необхідними ресурсами без необхідності довготривалого найму, що є особливо корисним в умовах обмеженого бюджету та малих масштабів бізнесу. Для досягнення максимальної ефективності важливо забезпечити якісний відбір, інтеграцію та мотивацію тимчасових працівників, а також підтримувати тісну співпрацю з агентствами з найму. Таким чином, компанія може зберігати свою конкурентоспроможність та забезпечувати стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

У сучасному світі бізнесу транспортно-логістична галузь постійно змінюється та розвивається, і компанії, що прагнуть залишатися на передових позиціях, повинні постійно адаптуватися до нових викликів та можливостей. ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО», враховуючи свій досвід та специфіку діяльності, планує зробити значний крок уперед, відкривши власний рекрутинговий відділ. Це стане важливим етапом у розвитку компанії, особливо при розширенні штату та створенні власної бази тимчасових працівників саме у сфері транспортної логістики.

Плануючи розширення свого штату, ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» розуміє, що створення власного рекрутингового відділу стане важливим стратегічним рішенням. Цей відділ зосередиться на пошуку, відборі та наймі як постійних, так і тимчасових працівників, що дозволить компанії більш ефективно управляти своїми кадровими ресурсами.

Власний рекрутинговий відділ забезпечить компанії наступні переваги:

- Можливість швидко реагувати на потреби бізнесу, знижуючи час на пошук і найм нових працівників.
- Забезпечення високої якості кандидатів завдяки ретельному відбору та перевірці компетенцій.
- Зменшення витрат на послуги сторонніх агентств з найму.

- Краща інтеграція нових працівників у корпоративну культуру компанії через внутрішні тренінги та програми адаптації.

Однією з ключових ініціатив у розвитку кадрового менеджменту ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» стане створення власної бази тимчасових працівників у сфері транспортної логістики. Це дозволить компанії мати під рукою резерв кваліфікованих працівників, які можуть бути швидко залучені до роботи при збільшенні обсягу замовлень або необхідності заміни основного персоналу.

Переваги власної бази тимчасових працівників:

- Можливість оперативно забезпечити робочі місця при збільшенні обсягу робіт або при виникненні термінових потреб.
- Забезпечення безперебійного доступу до кваліфікованих кадрів.
- Формування кола перевірених та надійних працівників, що вже знайомі з внутрішніми процесами компанії.
- Мінімізація ризиків, пов'язаних із непередбачуваними ситуаціями на ринку праці.

Відкриття рекрутингового відділу та створення бази тимчасових працівників відкриє нові можливості для заробітку для ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО». Завдяки цьому компанія зможе надавати послуги з лізингу персоналу іншим підприємствам, розширюючи таким чином свій спектр послуг та збільшуючи прибутковість.

Компанія також зможе пропонувати своїм клієнтам більш гнучкі умови співпраці, що зробить її більш конкурентоспроможною на ринку. Маючи власний рекрутинговий відділ, «ШЕРП-ЕКСПО» зможе забезпечити високу якість послуг, що сприятиме зміцненню її репутації та залученню нових клієнтів.

Плани ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» щодо відкриття рекрутингового відділу та створення власної бази тимчасових працівників є амбітними, але водночас реалістичними та перспективними. Ці ініціативи допоможуть компанії не лише підвищити ефективність управління кадровими ресурсами, але й відкрити нові можливості для заробітку та розвитку. У сучасному динамічному бізнес-середовищі такі стратегічні рішення є ключем до успіху та сталого зростання компанії.

РОЗДІЛ 3
ПРАКТИЧНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ У ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»

3.1. Розробка стратегії удосконалення рекрутингу персоналу в ТОВ "ШЕРП-ЕКСПО".

У сучасних умовах розвитку транспортно-логістичних компаній, ефективний рекрутинг стає ключовим елементом успіху. ТОВ "ШЕРП-ЕКСПО", прагнучи досягти нових вершин у своїй діяльності, зосереджує увагу на розробці стратегії удосконалення рекрутингу персоналу. Ця стратегія включатиме низку заходів, спрямованих на покращення процесів залучення, відбору та найму кадрів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності компанії та забезпеченню її стабільного розвитку.

Першим кроком на шляху до вдосконалення рекрутингу є проведення детального аналізу існуючих процесів у компанії. Це включає оцінку методів пошуку кандидатів, каналів залучення, ефективності відбору та найму, а також задоволеності нових працівників. Важливо також визначити поточні та майбутні потреби компанії в персоналі. Це передбачає аналіз планів розвитку компанії, прогнозування зростання обсягів робіт, а також вивчення специфіки необхідних компетенцій для різних позицій.

До певного моменту товариство ТОВ "ШЕРП-ЕКСПО" не відчувало гострої потреби у розширенні та створенні окремого рекрутингового відділу. Компанія успішно виконувала свої функції, залучаючи тимчасовий персонал через зовнішні рекрутингові агентства та інші канали. Однак, у сучасних умовах бізнесу постійне оцінювання та аналіз витрат стали невід'ємною частиною стратегічного управління.

Проведення детального аналізу витрат на залучення тимчасового персоналу стало вирішальним моментом для керівництва ТОВ "ШЕРП-ЕКСПО". Виявилося, що витрати на послуги рекрутингових агентств та інші зовнішні ресурси були значними

і не завжди виправдовували себе з точки зору ефективності та економії. Ретельне дослідження показало, що створення власного рекрутингового відділу могло б не тільки зменшити витрати, але й відкрити нові можливості для отримання додаткового прибутку.

Один із керівників компанії, який час від часу займався кадровими питаннями, вирішив взяти на себе відповідальність за створення рекрутингового відділу. Він зрозумів, що для успішної реалізації цього проекту необхідно мати не тільки стратегічне бачення, але й практичні навички у сфері управління персоналом. Для підтримки у цій важливій справі він залучив рекрутера-стажера – студентку 4 курсу, яка мала теоретичні знання та сильне бажання набути практичного досвіду.

Основна мета нового рекрутингового відділу полягає у тому, щоб забезпечити компанію необхідними працівниками на тимчасові позиції. Це дозволить компанії більш гнучко реагувати на змінювані потреби ринку та забезпечити безперебійне виконання замовлень.

Важливим завданням є створення та підтримка актуальної бази даних кандидатів, які можуть бути залучені на тимчасові позиції. Це дозволить швидко знаходити потрібних працівників, скорочуючи час на пошук та відбір.

У разі необхідності, рекрутинговий відділ також займатиметься пошуком та підбором кандидатів на постійні позиції у штат компанії. Це забезпечить своєчасне заповнення вакансій та підтримку високого рівня професіоналізму працівників.

Рекрутинговий відділ надаватиме допомогу та підтримку у вирішенні різноманітних кадрових питань. Це включає консультування щодо законодавства, допомогу у вирішенні конфліктів та забезпечення сприятливого психологічного клімату у колективі.

Визначення потреб є першим та ключовим етапом у процесі залучення тимчасового персоналу. Це включає складання списку вакансій та створення докладних описів посад, в яких відображені обов'язки, вимоги до кандидатів та умови праці.

На другому етапі процесу залучення тимчасового персоналу використовуються різноманітні канали пошуку, кожен з яких має свої унікальні переваги та можливості.

Цей етап є критичним для забезпечення доступу до широкого кола потенційних кандидатів, які можуть відповідати вимогам конкретних вакансій.

Перш за все, використання популярних сайтів з працевлаштування, таких як Work.ua та Jooble, може стати надійним джерелом кваліфікованого персоналу. Ці платформи мають великі бази даних резюме, що дозволяє швидко знаходити підходящих кандидатів. Розміщення детальних оголошень з чіткими описами обов'язків, вимог та умов праці допомагає залучити увагу тих, хто активно шукає роботу. Регулярне оновлення оголошень забезпечує їх видимість на перших сторінках пошукових результатів, що підвищує шанси на швидкий відгук.

Сучасні онлайн-платформи та соціальні мережі, такі як Facebook та LinkedIn, також відіграють важливу роль у пошуку тимчасового персоналу. Facebook дозволяє створювати оголошення у спеціалізованих групах, де збираються фахівці певних галузей, а також використовувати таргетовану рекламу для досягнення ширшої аудиторії. LinkedIn, зі своїм професійним спрямуванням, дозволяє не тільки розміщувати вакансії, але й активно шукати кандидатів за допомогою пошуку профілів, що відповідають необхідним критеріям. Використання соціальних мереж для залучення кандидатів має додаткову перевагу: можливість отримання зворотного зв'язку та рекомендацій від професійного оточення.

Окрім загальновідомих платформ, спеціалізовані веб-сайти, такі як Kabanchik.ua, можуть бути надзвичайно корисними для пошуку тимчасового персоналу. Ці платформи орієнтовані на короткострокові та проектні роботи, що робить їх ідеальним місцем для пошуку працівників на тимчасові посади. Тут ви можете знайти фахівців, які мають досвід роботи на виставках, вантажників та водіїв, готових до швидкого виходу на роботу. Розміщення оголошень на таких сайтах дозволяє досягти саме тієї аудиторії, яка зацікавлена у тимчасовій зайнятості.

Не варто також забувати про місцеві громади та студентські організації як важливі канали пошуку. Кар'єрні центри університетів та коледжів часто мають бази даних студентів, які шукають тимчасову роботу або стажування. Співпраця з цими центрами дозволяє залучити молодих, мотивованих працівників, які можуть бути зацікавлені у тимчасовій зайнятості для набуття досвіду або під час канікул.

Розміщення оголошень на фізичних дошках у громадських місцях, таких як бібліотеки, спортивні комплекси та торгові центри, також може привернути увагу потенційних кандидатів, які не завжди активно шукають роботу через інтернет.

Використання різноманітних каналів пошуку дозволяє досягти максимальної охоплення аудиторії та забезпечує надходження великої кількості резюме. Це, у свою чергу, збільшує шанси на знаходження найбільш підходящих кандидатів для виконання тимчасових завдань. Кожен з цих каналів має свої унікальні переваги, і їхнє поєднання допомагає створити ефективну стратегію пошуку тимчасового персоналу.

На третьому етапі проводиться відбір кандидатів. Це включає перегляд резюме, проведення співбесід та перевірку рекомендацій. Важливо забезпечити швидке і правильне оформлення необхідних документів для тимчасового працевлаштування.

Після вибору кандидатів, організація має надати належний інструктаж та навчання нових працівників з техніки безпеки та інших важливих аспектів роботи. Регулярний контроль та оцінка роботи тимчасового персоналу дозволяють вчасно виявляти можливі проблеми та вдосконалювати процес.

В заключення, стратегія пошуку тимчасового персоналу на позиції вантажників, водіїв та працівників стендів для виставок має бути цілеспрямованою, системною та ефективною. Вона повинна поєднувати в собі використання різних каналів пошуку, професійний відбір кандидатів та систематичний контроль за їх роботою. Лише такий підхід дозволить організації забезпечити себе якісним тимчасовим персоналом для виконання поточних завдань та досягнення стратегічних цілей.

3.2. Впровадження нових інструментів та технологій у процес рекрутингу персоналу товариства.

Існує кілька етапів для оцінки реалізації запропонованих заходів щодо впровадження рекрутингового відділу.

На початковому етапі необхідно визначити критерії оцінки цього впровадження, серед яких ми пропонуємо такі:

1. Розвиток рекрутингового відділу для поліпшення ефективності бізнесу;
2. Наявність програм розроблення внутрішніх механізмів заміщення тимчасового персоналу;
3. Диференціація програм підвищення корисності функціонування рекрутингового відділу;
4. Суб'єктивні показники ефективності формування бази тимчасового персоналу;
5. Наявність мотиваційних заходів для створення бази тимчасових працівників;
6. Фінансові витрати на створення та розвиток рекрутингового відділу;
7. Оцінка корисності для працівників компанії;
8. Сприйняття керівництвом ідеї створення рекрутингового відділу.

Ми обрали групу з 20 експертів, які мають значний досвід у галузі управління персоналом. Було проведено інструктаж щодо завдання, зокрема, пояснено мету дослідження та спосіб оцінки критеріїв.

Експертам було запропоновано розглянути вісім основних критеріїв оцінки кадрової політики та розташувати їх у порядку убування важливості. Кожен критерій отримав оцінку від 1 до 8 балів, де 1 бал означає найвищий рівень важливості, а 8 балів - найнижчий. Отримані від експертів дані було зведено в таблицю 3.1, де кожен стовпчик представляє оцінки окремого експерта, а кожен рядок - середню оцінку для конкретного критерію

Таблиця 3.1

Ранжування критеріїв оцінки впровадження рекрутингового відділу групою експертів

№ з/п	Експерти																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	2																			
1	2	2	1	3	4	6	2	1	3	4	5	2	2	2	2	3	4	1	3	5

[Джерело: створено автором]

Продовження таблиці 3.1

1	2																			
2	6	5	3	4	5	5	5	2	2	3	1	1	6	6	6	2	2	3	4	4
3	4	6	4	2	3	3	3	5	4	1	4	4	5	7	5	4	3	2	6	6
4	8	8	7	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	2	7
5	3	3	5	1	1	1	1	3	1	2	2	3	3	3	3	1	1	4	1	1
6	1	1	2	5	2	2	4	4	5	5	3	5	1	1	1	5	5	5	5	2
7	5	4	6	7	6	4	6	6	7	7	7	6	7	4	4	6	6	7	7	3
8	7	7	8	6	7	7	7	7	6	6	6	7	4	5	7	7	7	6	8	8
Разом	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
	720																			

[Джерело: створено автором]

Висновки щодо узгодженості думок експертів, які є однією з найважливіших характеристик якості експертних оцінок, можна зробити на основі значення коефіцієнта згоди, розрахованого за такою формулою:

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12}m^2(n^3 - n)}$$

де n – кількість експертів,

m – кількість об’єктів дослідження (експертизи),

S – сума квадратів відхилень всіх оцінок рангів кожного об’єкта експертизи від середнього значення.

Якщо коефіцієнт згоди дорівнює 0, це свідчить про абсолютну незгоду в оцінках експертів; якщо ж коефіцієнт дорівнює 1, це означає повну згоду в думках експертів щодо об'єкта дослідження. Для обчислення суми квадратів відхилень рангів від середнього значення S, яка використовується у формулі, створюється спеціальна розрахункова таблиця.

Потрібні для обчислення коефіцієнта конкордації величини відобразимо в таблиці 3.2:

Таблиця 3.2

Розрахунок квадратів відхилень рангів кожного критерія експертизи від середньої суми рангів

№ з/п	Експерти																				Середнє значення	Сума
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1	2	2	1	3	4	6	2	1	3	4	5	2	2	2	2	3	4	1	3	5	2,85	57
2	6	5	3	4	5	5	5	2	2	3	1	1	6	6	6	2	2	3	4	4	3,75	75
3	4	6	4	2	3	3	3	5	4	1	4	4	5	7	5	4	3	2	6	6	3,85	77
4	8	8	7	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	2	7	7,8	156
5	3	3	5	1	1	1	1	3	1	2	2	3	3	3	3	1	1	4	1	1	2,15	43
6	1	1	2	5	2	2	4	4	5	5	3	5	1	1	1	5	5	5	5	2	3,2	64
7	5	4	6	7	6	4	6	6	7	7	7	6	7	4	4	6	6	7	7	3	5,75	115
8	7	7	8	6	7	7	7	7	6	6	6	7	4	5	7	7	7	6	8	8	6,65	133
Разом	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	720

[Джерело: створено автором]

di – відхилення суми рангів для і-го критерія від середньої суми рангів

$$\Delta di = \frac{1}{2} \times \mathrm{n} \times (\mathrm{m} + 1)$$

$$\Delta di = \frac{1}{2} \times 20 \times 9 = 90$$

З метою пошуку S складемо таблицю 3.3, де відобразимо необхідні показники.

Таблиця 3.3

Дані для пошуку *S*

№ з/п	Сума	Сума-Δdi	Квадрат сума-Δdi
1	57	57–90* = –33	(–33)²=1089
2	75	–15	225
3	77	–13	169
4	156	66	4356

Продовження таблиці 3.3

1	2	3	4
5	43	–47	2209
6	64	–26	676
7	115	25	635
8	133	43	1849
Разом	720	-38	**11208**

[Джерело: створено автором]

$$S = 11208$$

Для оцінки узгодженості думок експертів в цілому, скористаємося коефіцієнтом конкордації. Цей множинний коефіцієнт рангової кореляції є мірою надійності одержаних рангових оцінок (коефіцієнт Кендала). Розрахуємо його за формулою :

$$W\frac{11208}{\frac{1}{12}20^2(8^3-8)} = 0{,}67$$

Така величина коефіцієнта конкордації свідчить про достатню узгодженість експертних оцінок. Для оцінки істотності отриманих результатів скористаємось додатково критерієм узгодженості Пірсона, який порівнюється із відповідним табличним значенням для ступенів вільності χ^2 (m=20, n = 8) та ймовірності P > 95

Дані знаходяться у 8-ти рядках і 20-ти стовпцях, отже, кількість ступенів свободи:

$$k = (8–1) \cdot (20–1) = 133.$$

Що означає, що ми повинні шукати у таблиці відповідних критеріїв, значення $\chi^2_k = \chi^2_{133}$. Отже, $\chi^2_{кр.} \approx 100{,}331$

$$x^2 = \frac{S}{\frac{1}{12}mn(n+1)}$$

$$x^2 = \frac{11208}{\frac{1}{12}20*8*9} = 93{,}4$$

Розраховані значення дещо нижчі за критичні. Це означає, що за певних припущень отримані результати є достовірними. Наступним кроком є визначення

контрольного рангу для критеріїв оцінювання. Для цього необхідно присвоїти певний ранг критерію оцінки креативності персоналу, який визначається за сумою балів опитування. Отримані результати наведені в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Визначення еталонних рангів для критеріїв заходів щодо впровадження рекрутингового відділу

№	Експерти																				Сума	Ранг
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1	2	2	1	3	4	6	2	1	3	4	5	2	2	2	2	3	4	1	3	5	57	7
2	6	5	3	4	5	5	5	2	2	3	1	1	6	6	6	2	2	3	4	4	75	5
3	4	6	4	2	3	3	3	5	4	1	4	4	5	7	5	4	3	2	6	6	77	4
4	8	8	7	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	2	7	156	1
5	3	3	5	1	1	1	1	3	1	2	2	3	3	3	3	1	1	4	1	1	43	8
6	1	1	2	5	2	2	4	4	5	5	3	5	1	1	1	5	5	5	5	2	64	6
7	5	4	6	7	6	4	6	6	7	7	7	6	7	4	4	6	6	7	7	3	115	3
8	7	7	8	6	7	7	7	7	6	6	6	7	4	5	7	7	7	6	8	8	133	2
Разом	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	720	

[Джерело: створено автором]

У результаті розрахунків було складено рейтинг критеріїв заходів щодо формування кадрової в досліджуваних організаціях (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Рейтинг критеріїв заходів щодо впровадження рекрутингового відділу

№ з/п	Критерії
1	2
1	Наявність мотиваційних заходів для створення бази тимчасових працівників;
2	Розвиток рекрутингового відділу для поліпшення ефективності бізнесу
3	Фінансові витрати на створення та розвиток рекрутингового відділу
4	Наявність програм розроблення внутрішніх механізмів заміщення тимчасового персоналу;

Продовження таблиці 3.5

1	2
5	Диференціація програм підвищення корисності функціонування рекрутингового відділу;
6	Оцінка корисності для працівників компанії;
7	Сприйняття керівництвом ідеї створення рекрутингового відділу.
8	Суб'єктивні показники ефективності формування бази тимчасового персоналу

[Джерело: створено автором]

На думку експертів, основним критерієм оцінки реалізації запропонованих заходів щодо впровадження рекрутингового відділу є наявність мотиваційних заходів для створення бази тимчасових працівників. Розглянемо який процес створення має цей захід та його переваги.

Створення власної бази тимчасового персоналу починається з докладного визначення потреб компанії, щоб точно визначити, які категорії працівників потрібні, на який термін, та які конкретні завдання вони повинні виконувати.

Серед ключових напрямів транспортно-логістичної діяльності знаходяться важливі ролі, які виконують вантажники, водії вантажних авто, промоутери, що відповідають за розміщення рекламної продукції, а також працівники стендів, які забезпечують високий рівень обслуговування та взаємодії з відвідувачами на виставках.

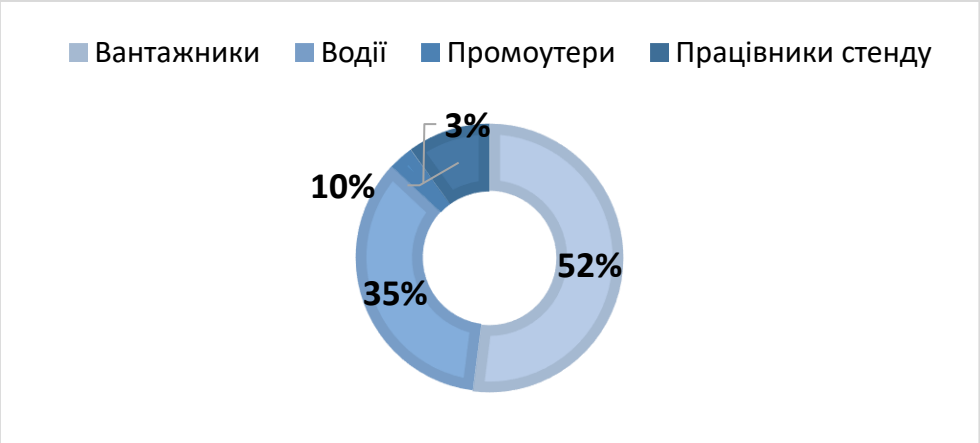

Рис 3.1. Структура персоналу, що обслуговує виставки товариства

[Джерело: створено автором]

Завершивши аналіз потреби у персоналі, враховуючи всі можливі сценарії та фактори ризику, потрібно перейти до наступного етапу - розміщення оголошень про вакансії та проведення співбесід з потенційними працівниками.

У пошуку кваліфікованого тимчасового персоналу ми вибрали найефективніші та перевірені джерела, які дозволять нам знайти найкращих кандидатів. Зокрема, ми використовуємо платформи Work.ua та Kabanchik, а також активно взаємодіємо зі спільнотами у соціальних мережах, також розміщення реклами на дошках оголошення.

В оголошеннях чітко визначили мінімальні вимоги до працівників, щоб забезпечити відповідність кандидатів певним потребам. Крім того, детально описали роботу, включаючи обов'язки, очікувані результати та можливості для професійного зростання. Описали також умови праці, щоб потенційні кандидати мали чітке уявлення про те, що їх чекає при приєднанні до нашої команди. Такий підхід дозволить нам привернути найбільш відповідних та мотивованих кандидатів.

Однак, одним із ключових аспектів нашої стратегії є зв'язок з колишніми співробітниками, яких ми вже мали нагоду наймати. Пропонуючи їм вигідні умови співпраці, ми не лише раціоналізуємо процес адаптації нових працівників, але й сприяємо розвитку відносин, в яких кожна сторона має можливість досягти взаємовигідних результатів. Після розміщення пропозицій на різних джерелах отримано різноманітні результати, які необхідно детально проаналізувати. Розглянемо таблицю 3.6, щоб отримати повний обсяг інформації та визначити найбільш ефективні джерела для пошуку тимчасового персоналу.

Таблиця 3.6

Аналіз ефективності різних типів рекрутингових джерел

№ з/п	Джерело	Кількість відгуків на вакансію, люд.
1	Work.ua	258
2	Kabannchik	84
3	Соціальні мережі	36
4	Рекламні оголошення	10
5	Минулі працівники	45

[Джерело: створено автором]

Розподіл відгуків на вакансію може бути пояснений кількома факторами. Популярність платформи Work.ua є однією з найпопулярніших платформ для пошуку роботи в Україні, тому вона зазвичай привертає більше уваги від кандидатів.

Спеціалізована аудиторія Kabanchik може привертати менше кандидатів, але вони можуть бути більш спеціалізовані та зацікавлені у конкретних видів робіт. Розповсюдження оголошень у соціальних мережах може бути обмеженим або залежати від активності та зацікавленості певної аудиторії.

Рекламні оголошення можуть бути менш ефективними через обмежений охоплення або несприятливі умови для привертання кандидатів. Звернення до минулих працівників може бути успішним через вже наявні зв'язки та довіру до компанії та її умов.

Під час телефонних співбесід рекрутер відсіяла певний відсоток кандидатів, які не відповідали критеріям вакансії або не проявили достатній інтерес. Потім з деякими кандидатами були заплановані зустрічі у офісі для подальшого співбесіди та знайомства з командою. Проте, не всі кандидати з'явилися на ці зустрічі.

У кінцевому результаті база даних містить 263 кандидатів, що є значно менше, ніж початкова кількість, яка становила 423. Це свідчить про те, що через етапи відбору не пройшли певні кандидати, що не відповідали вимогам або не продемонстрували достатній зацікавленість у вакансії.

Це відмінний початок, і команда продемонструвала ефективність у відборі кандидатів. З цим результатом можемо почати роботу, але і далі важливо продовжувати розвивати і можливості щодо вибору та підбору персоналу.

Крім того, можемо зосередитися не лише на кількості та якості кандидатів, але й на розширенні профілю навичок та компетенцій нашої команди. Розширення різноманітності та експертності наших працівників допоможе зміцнити нашу команду й підготувати її до викликів майбутнього.

Створення каналу та чату на базі додатку Telegram для комунікації з тимчасовими працівниками є чудовим кроком у забезпеченні ефективного зв'язку та співпраці. Цей засіб забезпечить нам можливість оперативно повідомляти

працівників про новини, оновлення та можливості роботи. Крім того, це наддасть їм зручну платформу для запису на роботу та обміну необхідною інформацією.

Одним із ключових переваг тимчасового персоналу є їхня гнучкість та мобільність, тому використання Telegram дозволить нам ефективно взаємодіяти з працівниками, навіть якщо вони знаходяться у різних місцях та працюють на тимчасових проектах. Це підвищить нашу продуктивність та сприятиме успішному виконанню завдань.

3.3. Економічне обґрунтування і розрахунок показників впровадження заходів щодо удосконалення процесу рекрутингу персоналу у ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО».

Впровадження власної бази тимчасового персоналу має низькі витрати на початковому етапі, що робить цей проект особливо привабливим. Рекрутер-стажер, готовий працювати за невелику оплату в обмін на безцінний досвід, значно знижує витрати на персонал. Для програмного забезпечення наразі використовується безкоштовне рішення, що додатково зменшує витрати.

Щоб краще зрозуміти економічну ефективність проекту, розглянемо витрати на пошук кандидатів у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Операційні витрати на пошук співробітників для тимчасової бази

№ з/п	Стаття витрат	Сума витрат, грн
1	Work.ua	2390,00
2	Kabannchik	2000,00
3	Соціальні мережі	-
4	Рекламні оголошення	1500,00

[Джерело: створено автором]

Задумана стратегія знаходження та відбору кандидатів вимагає значних витрат. Розглянемо детальніше у таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Витрати за перший місяць на впровадження бази тимчасового персоналу у рамах відкриття рекрутингового відділу у ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»

№ з/п	Стаття витрат	Загальна сума, грн
1	Заробітна плата рекрутера	15000
2	Єдиний соціальний внесок 22%	3300
2	Джерела пошуку кандидатів	5890
3	Надбавка керівнику за ведення проекту	1200
	Разом	25390 на місяць
	Всього за рік	304,68 тис. грн.

[Джерело: створено автором]

Загальна сума витрат на запуск даного проекту складає 25390 гривень. Проте, важливо врахувати, що щомісячні витрати можуть відрізнятися від початкових. Наприклад, якщо наш рекрутер продемонструє вражаючі результати, керівництво, мабуть, вирішить підняти йому зарплату як за визнання його зусиль, так і як стимул подальшого професійного зростання. Або ж, якщо наш проект незвичайно швидко розвиватиметься і потребуватиме додаткових ресурсів, знадобиться ще більше персоналу для підтримки цього темпу.

Звернемо увагу й на те, що витрати на пошук кандидатів також можуть змінюватись: деякі рекрутингові сайти пропонують оплату за кожного знайденого кандидата, тоді як інші можуть перейти на інший тарифний план або встановити відсоток від операцій. Також слід врахувати можливість делегування керівництва над проектом іншій особі у майбутньому, що також може вплинути на зміну витрат. Але, безумовно, важливо пам'ятати, що витрати, вкладені у цей проект, кожним своїм елементом виправдовуються і працюють на його успішність та подальше розширення.

Тепер розглянемо найцікавіше – який заробіток може принести власна база кандидатів. Візьмемо за основу приклад власного складу, на який раніше персонал наймався через лізинг. Склад працює у три зміни, складаючих з п'яти співробітників. Отже, протягом доби на складі працює 45 осіб, які оплачуються за годинами. Згідно

з умовами лізингового договору з агентством найму персоналу, вартість послуг становила 90 гривень за годину на кожного працівника.

Таким чином, за добу компанія витрачає 10800 тисячі гривень. При такому режимі роботи, щомісяця витрати компанії можуть сягати 300000 гривень. Однак, якщо пропонувати працівникам пряму оплату за роботу за більш вигідною ціною, наприклад, 80 гривень за годину, (лізинг брав 90 грн/год, працівники отримували 75 грн/год) це може стати стимулом для переходу на пряму роботу з компанією. Таким чином, витрати на оплату праці зменшаються до 9600 гривень за добу, що дозволить зекономити 1200 гривень на добу. У перерахунку на місяць, ця економія становить 36 тисяч гривень. Порівняємо у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Порівняльна таблиця впровадження бази тимчасового персоналу

Термін	Витрати до провадження, грн	Витрати після провадження, грн	Абсолютне відхилення , грн
За годину	90	80	10
За робочу зміну	3600	3200	400
За добу	10800	9600	1200
За тиждень	75600	67200	8400
За місяць	302400	268800	33600
За рік	**3628800**	**3225600**	**403200**
За 5 років	18144000	16128000	2016000

[Джерело: створено автором]

Після впровадження бази тимчасового персоналу компанія ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО» відзначила значний зниження своїх витрат на 11%, що у грошовому еквіваленті складає 33 600 гривень щомісяця. Цей крок виявився не лише важливим, але й вкрай перспективним для компанії. Стратегія оптимізації витрат та залучення та утримання кваліфікованих працівників має великий потенціал для підвищення ефективності діяльності.

Як стверджував відомий американський інвестор Гаррі Трумен, "З'економив - значить заробив". Гроші, які компанія оптимізувала шляхом впровадження нового напряму, такого як рекрутинговий відділ у розрізі тимчасового персоналу, можуть

бути вкладені у подальший розвиток та зростання прибутку. Це не лише зменшує витрати, але й створює потенціал для інвестування у інші аспекти бізнесу, що сприяє його зростанню та процвітанню в майбутньому.

Економія за рік складе:

Ек= 403,2 – 304,68 = 98,52 тис. грн.

ЧП = 98,52 * (1–18/100)= 98,52 *0,82 = 80,78 тис. грн.

Розглянемо детальніше на які показники це може вплинути у таблиці 3.10

Таблиця 3.10

Вплив від впровадження бази тимчасового персоналу на економічні показники роботи ТОВ «ШЕРП-ЕКСПО»

№ з/п	Показник	Базовий рік, 2023 р.	Прогнозований рік, 2024 р.	Відхилення	
				Абсолютне. +;–	Відносне, %
1.	Чистий дохід від реалізації послуг, тис. грн.	12768,6	12768,6	–	–
2.	Інші операційні доходи	483,6	483,6	–	–
3.	Повні витрати на виробництво та реалізацію послуг, тис. грн.	12889,00	12790,48	–98,52	0,76
4.	Прибуток, тис. грн.	363,2	461,72	98,52	27,1
5.	Чистий прибуток, тис. грн.	297,8	378,58	80,78	27,1

[Джерело: створено автором]

Отже, впровадження бази тимчасового персоналу є важливим етапом в оптимізації бізнесу та демонструє бажання компанії рухатися вперед у напрямку ефективного управління ресурсами та забезпечення стабільності та розвитку. Ця стратегія покликана не лише забезпечити економічну ефективність, а й підтримувати конкурентоспроможність та забезпечити успішний шлях розвитку компанії у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ажаман І. А., Жидков О. І., Гронська М. В. Трудовий потенціал як фактор інноваційного розвитку підприємства. Journal of strategic economic research. 2021. № 2. С. 48–56. URL: https://doi.org/10.30857/2786-5398.2021.2.5 (дата звернення: 25.05.2024).

2. Безпалько О., Панасюк Д. Сутність рекрутингу та характеристика основних його інструментів. InterConf. 2024. № 43(193). С. 61–66. URL: https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.03.2024.006 (дата звернення: 25.05.2024).

3. Богацька Н. М. Управління персоналом як елементом ресурсного потенціалу підприємства. Efektyvna ekonomika. 2023. № 8. URL: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.8.12 (дата звернення: 25.05.2024).

4. Бойківська Г., Гончар М., Лучко Д. Стратегічне управління персоналом в умовах цифровізації. Наукові інновації та передові технології. 2023. № 14(28). URL: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14(28)-41-49 (дата звернення: 25.05.2024).

5. Буряк О., Покуца І. Кадрове адміністрування персоналу на комунальних підприємствах : thesis. 2017. URL: http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/64410 (дата звернення: 25.05.2024).

6. Василик А.В., Іщенко О.В. Використання соціальних мереж у сучасному рекрутингу України. Економічний простір. 2018. №131. С. 53–63. URL: http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/205/197 (дата звернення: 25.05.2024).

7. Васильчак С., Штерма Т. Трудовий потенціал як об’єкт менеджменту. Acta academiae beregsasiensis. economics. 2023. № 4. С. 605–612. URL: https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-605-612 (дата звернення: 25.05.2024).

8. Верстяк О. М. Особливості управління персоналом в глобальних компаніях. Реформування фінансово-економічної системи країни в контексті

міжнародного співробітництва. 2023. URL: https://doi.org/10.36059/978-966-397-336-4-52 (дата звернення: 25.05.2024).

9. Винничук Р., Гончар М., Макогін П. Інтерактивні технології у рекрутингу. Актуальні питання у сучасній науці. 2024. № 2(20). URL: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-2(20)-26-36 (дата звернення: 25.05.2024).

10. Вонберг Т. В., Головко А. А. Рекрутинг персоналу в епоху діджиталізації. Бізнес Інформ. 2020. №6. С. 313–318. URL: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-313-318 (дата звернення: 25.05.2024).

11. Вонберг Т. В., Кудименко Д. М. Особливості рекрутингу персоналу в IT-компаніях. Бізнес Інформ. 2020. №7. С. 287–292. URL: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-287-292 (дата звернення: 25.05.2024).

12. Геник С., Демчук О. Модернізація рекрутингу в умовах цифрової економіки. Економіка та держава. 2022. №4. С. 17–23 (дата звернення: 25.05.2024).

13. Грудцина Ю. В. Мотиваційний моніторинг в системі управління персоналом. І міжнародна науково-практична конференція таврійського національного університету до 160-річниці від дня народження В. І. Вернадського. частина 2. 2023. URL: https://doi.org/10.36059/978-966-397-303-6-2 (дата звернення: 25.05.2024).

14. Данилюк Т. Організаційне проектування системи управління персоналом посередницького підприємства. Economic journal of lesya ukrainka volyn national university. 2023. Т. 3, № 35. С. 143–150. URL: https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-03-143-150 (дата звернення: 25.05.2024).

15. Дашко І., Михайліченко Л. Особливості застосування рекрутингу в системі управління персоналом підприємства. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-142 (дата звернення: 25.05.2024).

16. Дерван Б., Лопушняк Г. Поняття рекрутинг, ефективність рекрутингу та показники ефективності процесу рекрутингу. Молодий вчений. 2023. № 3 (115). С. 106–109. URL: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-3-115-20 (дата звернення: 25.05.2024).

17. Драган О., Бергер А. Організація і нормування праці за принципами соціально-економічної безпеки на підприємствах харчової промисловості. Економіка та суспільство. 2021. № 27. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-1 (дата звернення: 25.05.2024).

18. Драган О., Пилипенко М. Розвиток управління талантами в системі менеджменту персоналу підприємства. Економіка та суспільство. 2021. № 33. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-52 (дата звернення: 25.05.2024).

19. Драган О., Рудова А. Формування креативності персоналу в управлінні талантами підприємства. Економіка та суспільство. 2021. № 30. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-38 (дата звернення: 25.05.2024).

20. Кощій О.В. Витрати на персонал на вітчизняних підприємствах. Економічні науки. Серія "Регіональна економіка". 2024. № 20(79). С. 102–108. URL: https://doi.org/10.36910/2707-6296-2023-20(79)-14 (дата звернення: 25.05.2024).

21. Кравчук О., Варіс І., Заривних К. Цифрові технології менеджменту персоналу: тенденції та виклики в умовах пандемії COVID-19. Економіка та суспільство. 2021. № 26. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-73 (дата звернення: 25.05.2024).

22. Кустріч Л. О. Управління персоналом: тренди та інноватика. Investytsiyi: praktyka ta dosvid. 2023. № 12. С. 20–25. URL: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.12.20 (дата звернення: 25.05.2024).

23. Кучма О., Поліщук І. Інноваційні методи рекрутингу в сучасних умовах. Управління розвитком. 2021. №2. С. 41–46. (дата звернення: 25.05.2024).

24. Мазник Л., Драган О., Турчина М. Роль комунікативного менеджменту у системі менеджменту персоналу підприємства харчової промисловості. Економіка та суспільство. 2022. № 45. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-80 (дата звернення: 25.05.2024).

25. Макаренко В., Черненко Д., Макаренко С. Топ-менеджмент як складова системи управління персоналом. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 12(18).

URL: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-12(18)-89-99 (дата звернення: 25.05.2024).

26. Організація та управління персоналом підприємницьких структур / Н. В. Валінкевич та ін. Agrosvit. 2023. № 13. С. 46–53. URL: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2023.13.46 (дата звернення: 25.05.2024).

27. Офіційний сайт ТОВ «ШЕРП»URL: ТОВ "Шерп" - митне оформлення, проектна логістика, вантажоперевезення, обробка виставкових вантажів (scherp.com.ua) (дата звернення: 25.05.2024).

28. Привалова Н. В. Рекрутинг на SMART-принципах. Економічний вісник університету. 2020. Вип. 45. С. 100–104. (дата звернення: 25.05.2024).

29. Пучкова С. І. Hr-аналітика як сучасний підхід до прийняття кадрових рішень в бізнесі. Efektyvna ekonomika. 2022. № 10. URL: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.32 (дата звернення: 25.05.2024).

30. Пучкова С. І. Рекрутинг у торговельній сфері: тенденції та ключові підходи. Herald of lviv university of trade and economics economic sciences. 2020. № 61. С. 118–126. URL: https://doi.org/10.36477/2522-1205-2020-61-18 (дата звернення: 25.05.2024).

31. Рудич Л., Стеценко В., Шаповалов В. Ефективний рекрутинг в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємств. Наука і техніка сьогодні. 2022. № 6(6). URL: https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-6(6)-62-69 (дата звернення: 25.05.2024).

32. Скібська К. О. Тренди рекрутингу в умовах пандемії. Бізнес Інформ. 2022. №1. С. 261–266. URL: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-261-266 (дата звернення: 25.05.2024).

33. Стасик С., Бикова А., Лобза А. Вплив пандемії covid-19 на it рекрутинг персоналу. Молодий вчений. 2021. № 1 (89). С. 196–201. URL: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-40 (дата звернення: 25.05.2024).

34. Стрижеус Л., Тендюк А. Управління адаптацією персоналу організації в системі менеджменту персоналу. Економічний форум. 2022. Т. 1, № 4. С. 115–121. URL: https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-4-14 (дата звернення: 25.05.2024).

35. Тур О., Тур О., Тюха І. Вплив трудового законодавства на кадрове адміністрування та діловодство в організації. Економіка та суспільство. 2022. № 45. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-19 (дата звернення: 25.05.2024).

36. Тур О., Тюха І., Шереметинська О. Трудове право та кадрове адміністрування в системі управління hr. Економіка та суспільство. 2022. № 43. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-29 (дата звернення: 25.05.2024).

37. Удосконалення системи управління персоналом підприємтва / Г. В. Осовська та ін. Efektyvna ekonomika. 2023. № 6. URL: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.6.38 (дата звернення: 25.05.2024).

38. Фурман Д. Г. Імперативи стратегічного управління персоналом підприємства. Efektyvna ekonomika. 2023. № 4. URL: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.4.19 (дата звернення: 25.05.2024).

39. Ягодзінський С. М., Козинець А. О. Стратегія удосконалення системи управління персоналом підприємства. Підприємництво і торгівля. 2023. № 36. С. 44–50. URL: https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-36-06 (дата звернення: 25.05.2024).

40. Balasundaram S. HR 20/20: developing future-ready HR capabilities. Ushus journal of business management. 2020. Vol. 19, no. 4. P. v–xviii. URL: https://doi.org/10.12725/ujbm.53.0 (дата звернення: 25.05.2024).

41. Breezy. URL: https://breezy.hr/?gspk=c2VtYW50aWNsYWJz&gsxid=oZ8roiNM1FzQ&sid=1-gCj0KCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY1vGxO_nyAxNUH7ntqL5WoOI-rO-hPWDhcVhy4bI_WtiTQWeTkAsxIaAif2EALw_wcB (дата звернення: 25.05.2024).

42. CleverStaff.URL:https://cleverstaff.net/ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ua_srch_brand&gclid=Cj0KCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY3mhLD71gUgEUVOpHEhypBEE7Sj_P58ha0xaTHPrBAmUtjy8BkoBhAaApouEALw_wcB (дата звернення: 25.05.2024).

43. Danylevych N., Rudakova S., Shchetinina L., Poplavska O. Digitalization of personnel management processes: reserves for using chatbots. II International Scientific Symposium «Intelligent Solutions» IntSol-2021, September 28–30, 2021, Kyiv-Uzhhorod,

Ukraine, pp. 166–176. URL: http://ceur-ws.org/Vol-3106/Paper_15.pdf (дата звернення: 25.05.2024).

44. Deloitte Insights: Global Human Capital Trends 2023. URL: https://www2.deloitte.com/us/en/insights.html (дата звернення: 25.05.2024).

45. Greenhouse. URL: https://www.forbes.com/advisor/business/software/greenhouse-review/ (дата звернення: 25.05.2024).

46. Hr-analytics as a tool for assessing the effectiveness of an enterprise hr-processes / H. Nikulnikova et al. International scientific journal "internauka". series: "economic sciences". 2024. No. 3(83). URL: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-3-9727 (дата звернення: 25.05.2024).

47. ISpro. URL: https://ispro.ua/ (дата звернення: 25.05.2024).

48. Microsoft Dynamics 365 for Human Resources. URL: https://dynamics.microsoft.com/ru-ru/human-resources/overview/ (дата звернення: 25.05.2024).

49. Pchel.net. URL: https://pchel.net/ (дата звернення: 25.05.2024).

50. Shaulska L., Krymova M. Hr-analytics as a tool of business management in the new economy. Scientific papers OF DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY (ECONOMIC SCIENCES). 2020. Vol. 41. P. 20–26. URL: https://doi.org/10.31388/2519-884x-2020-41-20-26 (дата звернення: 25.05.2024).

51. Stolterman E., CroonFors A. Information Technology and the Good Life. Information Systems Research. IFIP International Federation for Information Processing, 2004. Vol 143. P. 689 (дата звернення: 25.05.2024).

52. TalentScan. URL: https://talentscan.ua/ (дата звернення: 25.05.2024).

53. The Future of Recruiting Will Combine Hiring Machines With Psychology. URL: https://www.ere.net/the-future-of-recruiting-will-combine-hiring-machines-with-psychology/ (дата звернення: 25.05.2024).

54. What Is HR Digital Transformation? Definition, Strategies, and Challenges. URL: https://www.spiceworks.com/tech/innovation/articles/what-is-hr-digital-transformation-definition-strategies-and-challenges/#_003 (дата звернення: 25.05.2024).

55. Zakharova O., Lopushnyak G., Skibska K. Current Trends in the Development of the Ukrainian Labour Market. Studia Regionalne i Lokalne. 2022. Issue 3. C. 17-31. URL: https://doi.org/10.7366/1509499538902 (дата звернення: 25.05.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Звіт про фінансовий стан 2022-2023 роки

Показник	Одиці виміру	2022 р.	2023 р.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	12175,3	12768,6
Середньорічна вартість основних виробничих фондів	тис. грн.	308,3	283,6
Фонд оплати праці штатних працівників	тис. грн.	3219,9	3156,3
Фонд основної заробітної плати	тис. грн.	4326,4	3999,9
Фонд додаткової заробітної плати	тис. грн.	-	-
в т.ч. - Надбавки та доплати до тарифних ставок та посадових окладів	тис. грн.	-	-
- Премії та винагороди, що носять систематичний характер (щомісячні, щоквартальні)	тис. грн.	-	-
- Виплати, пов'язані з індексацією зарплати	тис. грн.	-	-
- Компенсація втрати частини заробітку у зв'язку з порушенням термінів її виплати	тис. грн.	-	-
Заохочувальні та компенсаційні виплати	тис. грн.	134,56	129,8
в т.ч. - матеріальна допомога	тис. грн.	44,3	48,2
- соціальні пільги, що мають індивідуальний характер	тис. грн.	55,7	51,8
- оплата за невідпрацьований робочий час	тис. грн.	34,56	29,8
Фонд заробітної плати ПВП, всього,	тис. грн.	3219,9	3156,3
в т.ч.: - виробничий персонал	тис. грн.	-	-
- управлінський персонал	тис. грн.	3219,9	3156,3

Середня заробітна плата одного працівника (ПВП)	тис. грн.	26,8	26,3
в т.ч.: - виробничий персонал	тис. грн.	-	-
- управлінський персонал	тис. грн.	26,8	26,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис. грн.	9382,8	8315,5
Валовий прибуток (збиток)	тис. грн.	2792,5	4452,1
Інші операційні доходи	тис. грн.	211,9	483,6
Адміністративні витрати	тис. грн.	723,5	714,8
Витрати на збут	тис. грн.	30	50
Інші операційні витрати	тис. грн.	1974,1	3777,7
Фінансовий результат від операційної діяльності, прибуток	тис. грн.	276,8	363,2
Чистий прибуток	тис. грн.	227,0	297,8

Додаток Б

Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2023 р.

Форма №1-к

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0	0
первісна вартість	1001	0	
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	
Основні засоби:	1010	283.6	308.3
первісна вартість	1011	551.5	736.8
знос	1012	267.9	428.5
Довгострокові біологічні активи	1020	0	
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0	
Інші необоротні активи	1090	0	
Усього за розділом I	1095	283.6	308.3
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	0	
у тому числі готова продукція	1103	0	
Поточні біологічні активи	1110	0	
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	1331.9	2268.8
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	15.8	29.2
у тому числі з податку на прибуток	1136	11.4	11.4
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	560.5	301.5
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	
Гроші та їх еквіваленти	1165	582.8	594.5
Витрати майбутніх періодів	1170	0	
Інші оборотні активи	1190	93.6	16.5
Усього за розділом II	1195	2584.6	3210.5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	
Баланс	1300	2868.2	3518.8
Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	80.7	80.7

Додатковий капітал	1410	0	
Резервний капітал	1415	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	165.6	1411.8
Неоплачений капітал	1425		
Усього за розділом I	1495	246.3	1492.5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	35.2	35.2
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	0	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	
товари, роботи, послуги	1615	625.9	530.4
розрахунками з бюджетом	1620	24.4	6.8
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	
розрахунками зі страхування	1625	53.6	80.7
розрахунками з оплати праці	1630	0	
Доходи майбутніх періодів	1665	0	
Інші поточні зобов'язання	1690	1882.8	1373.2
Усього за розділом III	1695	2586.7	1991.1
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	
Баланс	1900	2868.2	3518.8