

охорони здоров'я. Таким чином, вдосконалення структури кадрового потенціалу закладів охорони здоров'я населення та його ефективне використання сприятиме зміцненню людського капіталу, що позитивно позначиться на розв'язанні соціально – економічних проблем, які стоять перед нашою державою.

#### Використані джерела

1. Виноградов О. В. Державне управління багатоканальним фінансуванням закладів охорони здоров'я / О. В. Виноградов // Статистика України. – 2006. – №2. – С. 65 – 67.
2. Зеленевиц В. О. Шляхи вдосконалення фінансування охорони здоров'я в Україні / В. О. Зеленевиц [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://intkonf.org/zelenevich>.
3. Лехан В. М. Стратегія розвитку системи охорони здоров'я: український вимір / В. М. Лехан, Г. О. Слабкий, М. В. Шевченко. – К.: Укр. Інститут стратегічних досліджень МОЗ України, 2009. – 34 с.
4. Павлюк К. В. Фінансування охорони здоров'я як складової людського капіталу / К. В. Павлюк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – №9. – С. 143 – 148.

**Зоряна ПУШКАР**

к. г. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу ТНЕУ

**Христина ПОТОЦЬКА**

здобувачка освітньо-професійної програми  
«Управління персоналом» ТНЕУ

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДОБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Ефективне управління персоналом, як особлива функція діяльності, пов'язана з найманням працівників, їхнім навчанням, оцінкою й оплатою їхньої праці, що є важливою передумовою для ефективного функціонування виробництва.

Процес формування персоналу підприємства включає такі етапи: планування, набір, відбір та професійна адаптація, а також використання і розвиток (рис.1). Підвищення ефективності управління персоналом, пов'язане із оптимізацією співвідношення адміністративних працівників, удосконаленням підготовки і підвищення кваліфікації управлінського персоналу, зміцненням трудової дисципліни та зменшенням затрат робочого часу.

Актуальність добору персоналу в останні роки стала однією із ключових чинників, що визначають конкурентоспроможність та економічне становище організації. Проаналізувавши визначення «добір персоналу», можна виділити наступне, це насамперед, процес вивчення психологічних та професійних якостей працівників, з метою визначення їхньої відповідності вимогам певного

робочого місця і добору з наявних претендентів тієї особи, яка найбільше підходить на цю посаду, враховуючи кваліфікацію, навички, особисті якості, здібності, вміння управляти собою та інтереси підприємства.



Рис. 1. Процес формування персоналу підприємства  
Примітка. Складено на основі [2].

Результативний процес добору персоналу – це забезпечення підприємства людськими ресурсами, що здатні краще за інших виконувати складні службові завдання [1, 62]. В сучасних умовах існують такі методи добору персоналу: хедхантинг, рекрутинг, скринінг, аутсорсинг, краудсорсинг та інші.

Найбільш поширеним та ефективним методом є рекрутинг, оскільки за його допомогою можна дібрати висококваліфікованих працівників різних спеціальностей. Рекрутинг – це процес, що є одним з основних обов'язків HR-менеджера і здійснюється на основі наявних баз кандидатів, відгуків на оголошення в інтернеті чи ЗМІ. Метою рекрутингу є пошук людини, знання і здібності якої будуть відповідати посаді.

Доцільним є аналіз методів пошуку і добору персоналу залежно від категорії працівників. Виділяють фахівців вищої, середньої та нижчої ланки в організації, залежно від цього використовуються різні методи пошуку кандидатів. Адже підбір керівників вищої управлінської ланки має свою специфіку і більшу важливість порівняно з добором керівників середньої

управлінської ланки або масовим набором працівників [1, 11]. Для пошуку спеціалістів вищої ланки застосовують метод хедхантингу.

Хедхантинг (анг. head hunting) – це підбір та «переманювання» сильних кандидатів в організацію [3]. Найчастіше об'єктом уваги хедхантерів стають керівники підприємств, бухгалтери, юристи, фахівці вузьких профілів.

Для пошуку працівників середньої ланки, до яких відносять менеджерів середньої та нижчої ланок, спеціалістів і кваліфікованих працівників, застосовується така технологія, як рекрутинг [3].

Добір нижчої ланки, до яких належать лінійні посади на підприємстві проводиться за допомогою скринінгу. Цей метод, як правило, є найбюджетнішим та найшвидшим, і відбувається за такими ознаками, як освіта, вік, стать, досвід роботи. Підприємство чи організація самостійно розміщує оголошення на вакантну посаду, за допомогою інтернету, ЗМІ, чи надсилає запит до центру зайнятості населення. Скринінг рідко, але може використовуватись для пошуку фахівців середньої ланки.

Наступною технологією є краудсорсинг, який являє собою передачу певних завдань чи функцій невизначеному колу осіб задля вирішення певних проблем чи втілення проєктів організації, і не має на меті укладення трудового договору [3]. Краудсорсинг схожий до аутсорсингу, але аутсорсинг передбачає передачу роботи професіоналам, які виконують певні завдання за грошову винагороду. Із краудсорсингом, навпаки ж, можна зекономити бюджет, завдяки зацікавленим особам, та одночасно, втілити ту чи іншу інновацію.

Отже, сучасні технології добору персоналу – це сукупність методів оцінки знань і навичок претендентів на певну посаду. З викладеної інформації, можна зробити висновок, що в сучасних умовах є безліч інноваційних методів з добору кадрів, а саме: рекрутинг, хедхантинг, скринінг, аутсорсинг, краудсорсинг та інші. Але, насамперед, сам процес та кінцевий результат добору персоналу залежить від роботодавця.

Кожна організація постійно відчуває потребу у кадрах, на яку впливає велика кількість факторів: ринкові, технологічні, кваліфікаційні, організаційні, соціальні. Спроможність організації постійно підвищувати фаховий рівень своїх працівників є одним із найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності її на ринку [2]. Високих результатів досягає підприємство, укомплектоване відповідною чисельністю працівників, які володіють необхідними знаннями та уміннями, мотивовані до узгодженої з цілями організації поведінки, для яких створено належні умови, тобто сформовано відповідну культуру організації.

#### **Використані джерела**

1. Бондарева Л.В. Сучасні технології добору кадрів: перспективний досвід для публічної служби в Україні. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2015. № 1. С. 62.

2. Гасай О., Пупшкар З.М. Механізм набору і відбору працівників в організацію. Збірн. матеріалів доповідей Всеукраїнської науково – практичної конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки.» Частина 1. Тернопіль, ТНЕУ, 2019.
3. Науменко Л. М. Хедхантинг в управлінні персоналом на етапі сучасного розвитку економічної науки [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://intkonf.org/naumenko-lm-hedhanting-v-upravlinni-personalom-na-etapisuchasnogo-rozvitku-ekonomichnoyi-nauki/> (<http://intkonf.org/naumenko-lm-hedhanting-v-upravlinni-personalom-na-etapisuchasnogo-rozvitku-ekonomichnoyi-nauki/>)
4. Холодницька А. В. Сучасні технології підбору персоналу та можливості їхнього практичного використання. *Науковий вісник Полісся*. 2015.

**Наталія РОЖКО**

к.е.н., доцент кафедри промислового маркетингу  
Тернопільського національного технічного університету  
імені Івана Пулюя

## **ІРРАЦІОНАЛЬНИЙ ТА РАЦІОНАЛЬНИЙ ВИРОБНИК В УМОВАХ НАДЛИШКУ РИНКУ**

Провівши дослідження ринку в умовах надлишку ірраціональний виробник може застосувати наступні заходи:

1. Акції по стимулюванню попиту на даний товар (штучне створення попиту). Такий процес вимагає додаткових вкладень в рекламу, але часто приносить хороший результат (наприклад, оформити куточок гурмана, де разом з вином буде викладений сир і виноград).

2. Створення штучного дефіциту. Іноді достатньо лише оголосити про те, що протягом наступних двох тижнів не буде поставок товару (наприклад, у зв'язку з відпусткою або святами). Це допомагає оптимізувати запас, якщо товар має хорошу оборотність, але закуплений в надлишку.

3. Використання овочів та фруктів на потреби підприємства. У деяких магазинах існує відділ кулінарії, куди переводиться товар з відповідним до кінця терміном реалізації. Головне тут – найсуворіший контроль якості такої продукції.

4. Здійснення благодійних акцій або пожертвувань. Проте результат за такої ситуації може бути різним: наприклад, збиток для фермерів

5. Крайній захід – викинути непотрібну продукцію.

Дещо іншою є поведінка раціонального виробника в умовах надлишку. Він може націлити свої зусилля на:

1. Максимальний розпродаж зі знижкою або глобальне зниження ціни

2. Створення "комплектів". Залежаний товар дається як бонус або як