

Табачник П. Я.,
студент

Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ПОНЯТТЯ РЕКРУТИНГУ В ТРУДОВОМУ ПРАВІ УКРАЇНИ

У статті досліджено сутність та особливості процесів рекрутингу і розвитку персоналу як чинників формування кадрової безпеки. Доведено, що рекрутинг та розвиток персоналу мають відбуватись з огляду на необхідність забезпечення кадрової безпеки підприємства, а формування кадрової безпеки на підприємстві тісно пов'язане з процесами рекрутингу та розвитку персоналу.

Лексико-семантичний аналіз свідчить, що слово "рекрутинг" походить від французького "recruit", "рекрутувати", тобто набирати будь-кого, вербувати, поповнювати будь-ким, наймати на службу за гроші. Рекрутинг будується на таких елементах як пошук, підбір, добір заохочення працівника до роботи.

Загалом існують різні канали HR-брендування, за допомогою яких здійснюється реалізація рекрутингу працівників, з яких можна виділити такі основні канали як: соціальні медіа (соціальні мережі, форуми, корпоративні блоги) – це універсальний інструмент для вибудовування HR-бренду; кар'єрний сайт є виключно ефективним інструментом в руках умілого роботодавця; сайти для пошуку роботи користуються значною популярністю завдяки можливості залучення значної цільової аудиторії; адвокати бренду – це стратегічний канал вибудовування HR-бренду всередині компанії шляхом взаємодії з внутрішніми і зовнішніми клієнтами, в ролі яких можуть виступати як співробітники компанії, так і зовнішні кандидати, клієнти, партнери, підрядники тощо; реферальні програми призначені для прискореного закриття вакансій і пошуку кандидатів за допомогою співробітників компанії. Кожному, хто запрошує або рекомендує кандидата; HR-брендування як інструменти просування бренду роботодавця на ринку праці - ЗМІ, конференції, семінари, конкурси.

Ключові слова: рекрутинг, розвиток персоналу, менеджмент персоналу, кадрова безпека, економічна безпека підприємства.

В статье исследованы сущность и особенности процессов рекрутинга и развития персонала как факторов формирования кадровой безопасности. Доказано, что рекрутинг и развитие персонала должны осуществляться с учетом необходимости обеспечения кадровой безопасности предприятия, а формирование кадровой безопасности на предприятии тесно связано с процессами рекрутинга и развития персонала.

Лексико-семантический анализ свидетельствует, что слово "рекрутинг" происходит от французского "recruit", "рекрутировать", то есть набирать любого, вербовать, пополнять любым, нанимать на службу за деньги. Рекрутинг строится на таких элементах как поиск, подбор, отбор поощрения работника к работе.

В общем существуют различные каналы HR-брендинга, с помощью которых осуществляется реализация рекрутинга работников, из которых можно выделить следующие основные каналы как: социальные медиа (социальные сети, форуми, корпоративные блоги) - это универсальный инструмент для выстраивания HR-бренда; карьерный сайт является исключительно эффективным инструментом в руках умелого работодателя; сайты для поиска работы пользуются большой популярностью благодаря возможности привлечения значительного целевой аудитории; адвокаты бренда - это стратегический канал выстраивание HR-бренда внутри компании путем взаимодействия с внутренними и внешними клиентами, в роли которых могут выступать как сотрудники компании, так и внешние кандидаты, клиенты, партнеры, подрядчики и т.д.; реферальные программы предназначены для ускоренного закрытия вакансий и поиска кандидатов с помощью сотрудников компании. Каждому, кто приглашает или рекомендует кандидата; HR-брендинг как инструменты продвижения бренда работодателя на рынке труда - СМИ, конференции, семинары, конкурсы.

Ключевые слова: рекрутинг, развитие персонала, менеджмент персонала, кадрова безпека, економічна безпека підприємства.

The article explores the nature and characteristics of the processes of recruitment and staff development as a factor of safety of personnel. Proved that the recruitment and staff development should take into account the need to ensure the safety of personnel of the enterprise, and the formation of human resources in the enterprise security is closely linked to the processes of recruiting and staff development.

The lexico-semantic analysis shows that the word "recruiting" comes from the French "recruit", "to recruit", ie to recruit anyone, to recruit, to recruit anyone, to hire for money. Recruiting is based on elements such as search, selection, selection of employee incentives to work.

In general, there are various HR-branding channels through which employees are recruited, from which the following main channels can be distinguished: social media (social networks, forums, corporate blogs) - a universal tool for building an HR-brand; a career site is an extremely effective tool in the hands of a skilled employer; Job search sites are very popular due to the ability to reach a large target audience; brand advocates are a strategic channel for building an HR brand within the company through interaction with internal and external clients, which can serve as employees of the company as well as external candidates, clients, partners, contractors, etc .; referral programs are designed to accelerate the closing of vacancies and find candidates with the help of company employees. Everyone who invites or recommends a candidate; HR-branding as a tool for promoting the employer brand in the labor market - media, conferences, seminars, competitions.

Keywords: *recruitment, staff development, personnel management, personnel security, economic security company.*

Зміни, що відбуваються в епоху цифрового прогресу спонукають роботодавця до формування та управління персоналу за допомогою різних функціональних процесів. На думку Дж. Пайнс, підприємства, установи, організації є певного роду трудомісткими, адже їх діяльність потребує достатньої кількості людей, а ефективність залежить від знань, навичок, умінь та інших характеристик персоналу. Щоб бути успішною, організації необхідно розробити прогресивні методи управління персоналом. При цьому, розуміння правового середовища, яке впливає на управління персоналом, соціальні та культурні зміни, що мають місце в суспільстві, зміна поколінь, що відбувається в сучасних умовах роботи, а також освітні тенденції мають важливе значення, тому дослідник приходять до висновку, що процеси управління персоналом в публічних організаціях проявляється в: аналіз роботи персоналу, підбір та відбір персоналу, управління продуктивністю (що включає мотивацію, розробку програми оцінки, атестацію), навчання і розвиток, управління трудовими відносинами [1] З цього питання іншу точку мають такі вчені, як Н. Том та А. Рітс, згідно якої система управління персоналом в публічному секторі включає: рекрутинг персоналу, відбір персоналу, розстановка персоналу, розвиток персоналу, звільнення персоналу [2]. Зовсім іншої думки Л.В. Балабанова, О.В. Сардак, які вважають, що система управління персоналом являє собою комплекс цілей, завдань і основних напрямків діяльності, а також різних видів, методів і відповідного механізму управління, спрямованих на підвищення продуктивності праці і якості роботи[3] На наш погляд даний підхід є досить широким оскільки характеризує цілому систему управління підприємством. На наш погляд доречним є визначення яке пропонують О.Л. Болтак, де поняття «управління персоналом підприємства» охоплює всю сукупність організаційних заходів, які направлені на раціональну формування кількісного та якісного складу персоналу та максимальне використання можливостей у процесі функціонування товариств (система лідерства, мотивації, працевлаштування і звільнення, вихід на пенсію, управління конфліктами і т.д.)[4]. З огляду на вище наведені підходи система управління персоналом повинна забезпечувати оптимальний баланс процесів оновлення і збереження кількісного та якісного складу кадрів та його розвитку відповідно до потреб самої організації. Для ефективності кадрової політики необхідно застосовувати стратегічне управління персоналом, дотримуватись його етапів, а також для кожної окремої стратегії організації використовувати певні кадрові заходи. Необхідність та важливість планування й організації підбору і розстановки кадрів забезпечить високу віддачу роботи персоналу, призведе до збільшення ефективності діяльності підприємства і особливу роль в даному розвитку відіграє саме рекрутинг персоналу.

Загалом в літературі існує безліч підходів до визначення самого поняття «рекрутинг». Наприклад такі вчені як Х. Грэхем , Р. Беннетт, зазначають, що рекрутинг – перший етап процесу заповнення вакансій, що включає вивчення характеристик вакантного місця, розгляд умов залучення відповідних кандидатур, установлення контактів з цими претендентами, отримання від них заповненої анкети вступника на роботу [5, С. 292].

Так, К. Г. Наумік визначає, що рекрутинг –комунікативна бізнес діяльність, під час якої у процесі управління інформаційними ресурсами та потоками з використанням знань і умінь комунікативних процесів досягаються цілі організації, і являє процес, помилки й неточності у якому здатні відобразитись на кадровому забезпеченні підприємства і похитнути її. Процес рекрутингу здійснюється у кілька етапів: отримання рекрутером замовлення; аналіз кадрового ринку; пошук потенційного працівника; набір, відсіювання й безпосередній відбір кандидата [6, С. 58]. Дане

твердження спрямоване, на наш погляд, більше на саме призначення та наслідки які можуть вплинути на підприємство в разі не використання рекрутингу як функціоналу для забезпечення персоналу на підприємстві і розуміється у широкому значенні.

Будемо солідарні з думкою І. Ю. Жилияєва, яка зауважує на тому, що рекрутинг є фундаментом створення персоналу і складає підґрунтя інноваційного потенціалу персоналу та його подальшого нарощування і рекрутинг являє собою процес взаємопов'язаних заходів з наймання, відбору, добору, оцінки, розстановки та адаптації кадрів на вакантні посади задля максимальної реалізації бажань працівника й підприємства [7].

Так В.Р. Веснін визначає рекрутинг як процес вивчення психологічних та професійних якостей працівника з метою поставлення його до виконання обов'язків на певному робочому місці або посаді та вибору із сукупності претендентів найбільш відповідних з урахуванням відповідності його кваліфікації, спеціальності, особистісних якостей та здібностей характеру діяльності, інтересам організації та його самого [8, С. 134]. Досить важко погодитися з автором оскільки він описує одну із складових рекрутингу і відповідності працівника вакантній посаді, минаючи при цьому інші елементи механізму так як пошук, пропозиція, добору, працевлаштування працівника і його адаптації в трудовому колективі.

Щоб визначити правильне значення «рекрутингу» доцільно звернутися до походження даного слова. Лексико-семантичний аналіз свідчить, що слово «рекрутинг» походить від французького «recruit», «рекрутувати», тобто набирати будь-кого, вербувати, поповнювати будь-ким, наймати на службу за гроші. Сьогодні під цим поняттям розуміють пошук і підбір кваліфікованих фахівців [9].

На даний момент не встановлено чіткого нормативного визначення «рекрутинг» і підходи до розуміння даного поняття різняться кожний з дослідників чи практиків робить акцент на особистих баченні особливостей цієї професії.

Том в даному випадку ми приходимо до висновку, що рекрутинг – це процес під час якого здійснюється пошуку та підбір особи, яка може зайняти вакантне місце на підприємстві і відповідає вимогам що встановлюються для вакантної посади.

Таким чином рекрутинг персоналу є невід'ємною частиною в управлінні персоналом і в свою чергу створює фундамент для подальшого успішного функціонування підприємства, установи чи організації. З-поміж основних процесів управління персоналом професійний добір чи не найпершим відчув вплив тенденцій інформатизації, цифровізації та мережізації економіки та суспільства, адже саме в процесі рекрутингу найшвидше втрутилися Інтернет-технології та соціальні мережі. Перш ніж розглянути вплив інформаційних технологій на рекрутинг доцільно розглянути яким чином функціонує сама система рекрутингу персоналу.

Загалом прийнято вважати, що основному етапами рекрутингу є: виявлення потреби в працівникові; аналіз ринку праці; запрошення працівника до підприємства; відсіювання осіб, які були запрошені до підприємства; професійна оцінка з допомогою психологічних методів; відбір з переліку відповідних кандидатів; процес вступу на посаду особи яка приймається на роботу. Дану процедуру розглянемо більш детально і визначимо які саме дії вчиняє рекрут під час рекрутингу персоналу.

Загалом всі етапи рекрутингу переслідують одну мету залучення висококваліфікованого працівника до роботи на відповідному підприємстві установі чи організації. Рекрутинг будується на таких елементах як пошук, підбір, добір заохочення працівника до роботи. Найбільш ефективно дані методи використовуються під час використання соціальних мереж як інструментів пошуку персоналу є досить розповсюдженим на цей момент. А. Серегіна наголошує, що завжди необхідно звертати увагу на профілі кандидатів, особливо у соціальному або рекламному сегменті, аналізувати активність претендента тощо.[10] У той же час А. Перова у своїх дослідженнях підкреслює важливість використання різних платформ для масового рекрутингу, тому що соціальні мережі забезпечують більше охоплення аудиторії. [11]

Слід наголосити на тому, що у сучасному суспільстві основою розвитку підприємства кожної країни є персонал. Його підбір та пошук є основою задоволення потреб організацій та підприємств у кваліфікованих кадрах. Підбір персоналу є досить важливим, том одним із методів рекрутингу персоналу, на нашу думку, є саме використання HR-брендинг.

На думку колективу авторів фундаментальної праці яка присвячена даному питанню HR-брендинг в Україні, HR-брендинг – це створення привабливого образу компанії як роботодавця через взаємодію з існуючими і потенційними співробітниками [12, с.12]. На наш погляд це більше маркетинговий підхід до залучення персоналу на ринку праці. Який має дуже важливі цілі, пер за все хотілось би виділити, що цей маркетинговий хід дає можливість для роботодавця виграти конкуренцію

за висококваліфікованого працівника а також зробить більш ефективними всі канали пошуку працівника.

Такі дослідки як М.С. Татаревська, О.В. Сорока, О.О. Лосікова, прийшли до висновку, що HR-брендінг – це діяльність щодо формування особливої (унікальної) системи управління персоналом, яка дозволяє конкретній організації отримати конкурентні переваги серед інших і забезпечити безперервний приріст вартості HR та інших активів. У такому разі через формування унікальних HR-проектів і використання особливих HR-технологій можлива орієнтація організації на різні цільові аудиторії серед працівників. Крім того, за такого підходу можливо чітко визначити, що організація може запропонувати працівникам на різних стадіях роботи з ними (залучення, формування і розвиток, використання та звільнення). До того ж таке визначення HR-брендінгу дозволяє йому не бути занадто нав'язливим при наймі персоналу, а більшою мірою бути зорієнтованим на інформування про існуючий підхід до управління працівниками в конкретній організації. Звичайно, охопити одночасно всі функції та завдання управління персоналом у процесі HR-брендінгу не можливо, однак HR-брендінг має інформувати принаймні про такі кадрові технології та процеси, як розвиток і навчання працівників, система мотивації й стимулювання, управління інформаційними потоками, використання персоналу та його потенціалу, вивільнення працівників, кадрова інформація тощо [13, с. 59].

В наш час можна почути таке поняття як «соціальний рекрутинг», що означає стратегію пошуку кандидатів у соціальних мережах за допомогою різних інструментів. Він є сучасним способом комунікації потенційного працівника та роботодавця [14]. Якщо поглянути на ринок праці, то важко уявити підприємство, установу чи організацію яка не використовує хоч одну із соціальних мереж для залучення потенційних працівників. Кожен роботодавець ретельно вибудовує стратегію взаємодії, побудови бренду роботодавця та найму за допомогою соціальних інтернет-платформ. Загалом існують різні канали HR-брендування, за допомогою яких здійснюється реалізація рекрутингу працівників. аби зрозуміти, яке місце серед них посідають соціальні мережі, та яким чином вони можуть буди задіяні в процесах рекрутингу. Можна виділити такі основні канали як :

1. Соціальні медіа (соціальні мережі, форуми, корпоративні блоги) – це універсальний інструмент для вибудовування HR-бренду. Він є першим за охопленням і функціональними можливостями офлайн-каналом з постійним приростом аудиторії. Даний канал доступний на величезній кількості пристроїв і зручний з точки зору відсутності оплати, різноманітності соціальних мереж, наявності аудиторії різних вікових меж, а також відсутності обмежень за кількістю публікацій. Будь-який роботодавець може створювати, вести і оновлювати кар'єрну сторінку з необхідним наповненням і публікацією вакансій у відкритих цільових групах.

2. Кар'єрний сайт є виключно ефективним інструментом в руках умілого роботодавця. При вдалому наповненні він здатний повністю усунути необхідність розміщення вакансій на сайтах для пошуку роботи. Кар'єрний сайт дозволяє створити привабливий імідж компанії для потенційних та теперішніх співробітників шляхом демонстрації унікальності корпоративної культури компанії і її ключових особливостей, цікавих пропозицій і програм, що діють в компанії. Таким способом можна залучати пасивних кандидатів і застосовувати гнучкий підхід до управління вакансіями. Проте, незважаючи на значні переваги даного каналу, в Україні практика створення компаніями кар'єрних сайтів поки не поширена. Це пов'язано як з витратами, необхідними на створення кар'єрного сайту, так і зі ступенем зрілості корпоративної культури організації. Варто зауважити, що навіть при наявності кар'єрного сайту (у більшості випадків це компанії, що функціонують не лише на національному ринку), роботодавці можуть забувати про його постійне оновлення. Крім того, не кожна компанія має сформовані ціннісні пропозиції, що можуть зацікавити цільову аудиторію.

3. Сайти для пошуку роботи користуються значною популярністю завдяки можливості залучення значної цільової аудиторії. Однак поступово вони відходять на другий план у зв'язку зі зміщенням ринкових пріоритетів на користь реферального і соціального рекрутингу. Проте, даний канал також активно застосовується роботодавцями для побудови HR-бренду. Такі заходи, як нестандартний підхід до змісту вакансій (брендінгова подача з акцентом на маркетинг і рекламу) дозволяє певним компаніям виділитися серед інших конкурентів на ринку праці, створити унікальну та привабливу ціннісну пропозицію для кандидатів із застосуванням сучасних віртуальних і цифрових технологій.

4. Адвокати бренду – це стратегічний канал вибудовування HR-бренду всередині компанії шляхом взаємодії з внутрішніми і зовнішніми клієнтами, в ролі яких можуть виступати як співробітники компанії, так і зовнішні кандидати, клієнти, партнери, підрядники тощо. Це дуже важливий канал комунікації та взаємодії, що вимагає делікатності, оскільки за допомогою нього

формується міцна громадська думка про компанію. Стратегія взаємодії повинна бути відпрацьована абсолютно для кожного клієнта.

5. Реферальні програми призначені для прискореного закриття вакансій і пошуку кандидатів за допомогою співробітників компанії. Кожному, хто запрошує або рекомендує кандидата, пропонується винагорода, порядок виплати якої визначається внутрішніми регламентами компанії. Даний канал є доступним виключно зручним засобом підвищення лояльності співробітників. Однак його популярність багато в чому буде визначатися тим, яких успіхів роботодавцю вже вдалося досягти в позиціонуванні свого бренду серед співробітників.

6. Так С.О. Цимбалюк у своєму дослідженні виділяє такий канал HR-брендування як інструменти просування бренду роботодавця на ринку праці - ЗМІ, конференції, семінари, конкурси [15, с. 156, 165]. На нашу думку, багато з таких інструментів виконують підтримуючу роль в HR-брендуванні, однак компаніям не варто і недооцінювати ці канали, адже вони можуть допомогти створити потрібний образ компанії як роботодавця в суспільстві, серед потенційних працівників, дають можливість залучати талановиту молодь, та головне, вони формують певну впізнаваність, довіру, лояльність до компанії у різних аудиторій.

З вище наведених каналів HR-брендування, соціальні мережі є займають ключове місце в підборі чи доборі кваліфікованих чи талановитих працівників та забезпечення ефективного рекрутингу. Таким чином рекрутинг відіграє особливу роль для підприємства і включно для самого роботодавця для створення кваліфікованого професійного персоналу на своєму підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Pynes, J. (2009), Human resources management for public and nonprofit organizations: a strategic approach, 3rd ed, Jossey Bass, San Francisco, USA.
2. Thom, N. and Ritz, A. (2004), Public Management. Innovative public-sector management warp, Lietuvos teisės universiteto Leidybos centras, Vilnius, Lithuania.
3. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 468 с – С.22
4. Болтак О.Л. Шляхи вдосконалення системи управління підприємством [Електронний ресурс] / О.Л. Болтак // Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна». – Режим доступу : <http://nauka.zinet.info/9/boltak.php>
5. Грэхем Х. Управление человеческими ресурсами / Х. Грэхем Х., Р. Беннетт ; [пер. с англ. Т. Базаров]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 598 с
6. Наумік К. Г. Уточнення змісту поняття «рекрутинг» як інструменту гармонізації комунікаційних процесів в організації / К. Г. Наумік, І. Ю. Жиляєва // Проблеми економіки. – 2010. – № 2. – С. 56 – 60.
7. Жиляєва І. Ю. Місце рекрутингу персоналу в процесах виробничої діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Жиляєва І. Ю. // Торгівля і ринок України. – 2011. – Вип. 31. – Т. 1. – Режим доступу http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2011_31_1/Zgilyaev.pdf
8. Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала / В. Р. Веснин. – М. : Юрист, 2001. – 496 с.

УДК 349.2

Ткаченко Д. В.,
суддя Бориспільського міськрайонного
суду Київської області

СПЕЦИФІКА ВІДСТОРОНЕННЯ СУДДІВ ВІД ПОСАДИ: ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА

У статті з'ясовано специфіку відсторонення суддів від посади. Виявлено сутність даної правової категорії. Надано загальнотеоретичну характеристику відсторонення суддів від посади.

Автор зазначає, що поняттю “відсторонення” більшою мірою приділяється увага в межах науки трудового права (щодо відсторонення від роботи), або ж кримінального процесуального права (щодо таких запобіжних заходів, як відсторонення від посади та тимчасове відсторонення судді від здійснення правосуддя). Чинне законодавство не оперує окремим поняттям “відсторонення суддів”. На сьогоднішній день воно вживається в контексті такого заходу юридичного впливу, як “тимчасове