

Шифр «Молоді фахівці»

НАУКОВА РОБОТА

на тему:

**ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДИХ ФАХІВЦІВ –  
ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ.....	5
1.1. Поняття підбору персоналу та його місце в політиці управління персоналом бізнесу .....	5
1.2. Методи підбору персоналу, їх переваги та недоліки.....	7
РОЗДІЛ 2. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДИХ ФАХІВЦІВ ПРИ ПІДБОРІ КВАЛІФІКОВАНОГО ПЕРСОНАЛУ..	12
2.1. Аналіз програм спрямованих на залучення молодих фахівців.....	12
2.2. Взаємодія ЗВО та бізнесу: практика та перспективи застосування....	17
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕСУ КВАЛІФІКОВАНИМИ КАДРАМИ .....	20
ВИСНОВКИ .....	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	28

## ВСТУП

Людський ресурс являє собою один із найцінніших ресурсів, доступних для використання бізнесу з метою досягнення поставлених цілей. Процес управління людськими ресурсами, в нашому випадку процес управління персоналом, є відповідальною задачею, в більшій мірі, врегульованою на законодавчому рівні.

Підприємствами, установами, організаціями створюється окрема структурна одиниця, на яку покладено здійснювати діяльність пов'язану з управлінням персоналу, незалежно від форми власності та організаційної структури чи напрямку діяльності такого організації. Враховуючи сучасний, спрямований на досягнення максимально прибутку при мінімальних витратах, підхід до керівництва підприємствами, установами, організаціями різних форм власності, якісний підбір персоналу визначає подальший розвиток подій, а отже безпосередньо впливає на ефективність діяльності підприємства.

Виклики сьогодення вимагають від бізнесу шукати все більше підходів для залучення кваліфікованих фахівців на роботу, а тому перелік методів підбору персоналу розширюється і видозмінюється. Мета наповнити кадровий склад підприємства реалізується низкою послідовних дій.

Проблематика процесу управління персоналом, в тому числі, в частині підбору персоналу знайшла своє відображення в працях іноземних та вітчизняних науковців.

В основу дослідження покладені наукові думки Андрушків Б. М., Безвух С., Даньків Й.Я., Дяків О., Олейникової О.Н., інших робіт, які так чи інакше сприяли комплексному дослідженню питання та результати власних досліджень програм, ініційованих національними та міжнародними компаніями.

Правову основу дослідження складають норми Конституції України, Кодекс законів про працю України, Закон України «Про зайнятість населення».

Актуальність теми полягає у тому, що в основу підготовки кваліфікованих кадрів покладено результат комплексної співпраці бізнесу та закладів вищої

освіти. В Україні зараз така практика набуває все більшої популярності, але має виключно точкове поширення. В роботі намагаємось проаналізувати наявні форми співпраці та дослідити можливість більш широкого застосування.

**Метою** даної роботи є дослідження сучасних методів підбору персоналу, їх ролі в побудові моделі управління персоналом, виявлення перспективних методів підбору персоналу, які потребують розвитку.

Зазначена мета визначила постановку наступних **завдань**:

- з'ясувати поняття підбору персоналу та його місце у політиці управління персоналом;
- визначити методи підбору персоналу;
- з'ясувати результативність, переваги та недоліки різних методів підбору персоналу;
- проаналізувати програми, спрямовані на залучення молодих фахівців;
- вивчити модель співпраці закладів вищої освіти та бізнесу наявну в Україні;
- напрацювати шляхи вдосконалення процесу забезпечення бізнесу кваліфікованими кадрами.

**Об'єктом дослідження** є методи підбору персоналу.

**Предметом дослідження** є моделі співпраці закладів вищої освіти та бізнесу та їх місце серед традиційних методів підбору персоналу.

**Методи дослідження** обрані, виходячи з поставлених у роботі мети й завдань, з урахуванням об'єкта й предмета дослідження. Їхню основу складають метод пізнання суспільних відносин, явищ та процесів із системно структурним підходом до вивчення матеріалу, поєднаний із синтезом та системним аналізом правових понять і категорій, та іншими методами наукового дослідження, а також порівняльно-правовий, формально-логічний, ретроспективний та інші інструменти наукового аналізу.

**Структура роботи** визначена метою та завданнями дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ**

Процес підбору персоналу є доволі трудоємким і включає в себе низку процесів та етапів. Сучасне бачення даного процесу формувалося протягом тривалого часу і продовжує формуватися надалі. Проблематика доволі швидкої зміни методів підбору персоналу полягає у стрімкому розвитку суспільства та видозміни потреб бізнесу і потенційних працівників, в тому числі. Пропонуємо звернутися до теоретико-методологічних аспектів процесу підбору персоналу для більш широкого та детального вивчення процесу і з'ясування його впливу на розвиток підприємства.

### **1.1. Поняття підбору персоналу та його місце в політиці управління персоналом бізнесу**

Процес управління людськими ресурсами на підприємствах часто врегульовується локальними нормативними актами. Зазвичай керівництвом приймається Політика управління персоналом, яка визначає бачення, місію та завдання бізнесу, пов'язані із процесом управління персоналом, визначає культуру, формує вимоги до порядку здійснення процедур підбору, оцінки, адаптації, навчання та звільнення працівників.

Отже, управління персоналом – це самостійна галузь менеджменту, метою якої є підвищення виробничої, творчої віддачі та активності персоналу, орієнтація на скорочення частки та кількості виробничих та управлінських працівників, вироблення та реалізація політики підбору та розміщення персоналу, вироблення правил прийому та звільнення персоналу, вирішення питань, пов'язаних з навчанням і підвищенням кваліфікації персоналу [1].

Як бачимо, підбір персоналу є складовою загального процесу управління персоналом, основною задачею якого є визначення відповідності кандидатів, які перебувають на ринку праці потребам компанії, відбір та введення їх в штат підприємства, установи чи організації. Сучасні умови діяльності більшості

підприємств вимагають, щоб підбір персоналу був цільовим, оперативним із обов'язковим урахуванням не тільки конкретних функціональних обов'язків і вимог робочого місця, а також тактичні та стратегічні цілі підприємства, можливості професійного росту і розвитку співробітника, комунікативні та інші якості співробітника, які мають значення для професійної діяльності та успішної адаптації в колективі підприємства. Такий багатофакторний підхід до оцінки та підбору персоналу здійснюється за умови інтенсивного використання різних методів та способів підбору персоналу, в тому числі користуючись послугами зовнішніх структур, посередників тощо.

В загальному, метою підбору персоналу є поповнення штату підприємства кваліфікованими фахівцями, з урахуванням коротко- чи довгострокових інтересів підприємства, створення кадрового резерву на робочі місця з урахуванням можливих організаційних чи кадрових змін, зміни напрямків та характеру діяльності підприємства.

З методологічної точки зору, підбір персоналу, як правило, здійснюється ґрунтуючись на трьох основних засадах: плановості, альтернативності та активного підбору.

Аналізуючи принцип плановості, розуміємо, що він полягає у здійсненні заходів, спрямованих на вдосконалення кадрового резерву, з урахуванням перспектив розвитку персоналу і підприємства в цілому, попереднього планування потреби у працівниках та структурованості процесів. Принцип альтернативності реалізується через забезпечення можливості вибору серед більшого числа кандидатів на посаду, що в свою чергу дає більшу вибірку та розуміння ринку праці в конкретний період часу та на конкретну посаду. Що ж стосується принципу активного підбору, то він передбачає постійну роботу з потенційними кандидатами на вакансії, використання різних методів пошуку потрібних фахівців і застосування складних багатоступінчатих систем підбору.

Загалом, кількість і різновиди принципів, якими керуються підприємства при підборі персоналу, визначаються індивідуально підприємствами враховуючи потреби та принципи побудови політики управління персоналом.

Окрім того, варто звернути увагу на проблеми, пов'язані із здійсненням підбору персоналу. Часто застосування традиційних методів пов'язані із наступними проблемами: невідповідність пропонованих вимог, суб'єктивізм в оцінках кандидатів на вакансії та значні ресурсні витрати.

Управління персоналом відноситься до числа сфер професійної діяльності, що швидко розвиваються. Тому для менеджерів з персоналу ключовими завданнями є відстеження нововведень у сфері управління персоналом та суміжних сферах задля виключення можливості спаду ділової активності; застосування новітніх інформаційних технологій, професійних та сучасних методів підбору персоналу, що сприятиме підвищенню якості його підбору.

## **1.2. Методи підбору та оцінки персоналу**

Підхід до підбору персоналу може відрізнитися в залежності від потреб підприємства та цілей пошуку. Як показує практика, методи підбору персоналу умовно можна розподілити на внутрішні та зовнішні.

До внутрішніх методів належать:

- Внутрішній кадровий резерв. Метод, що передбачає можливість вертикального та горизонтального професійного росту фахівців конкретного підприємства. Для його реалізації всередині підприємства оголошуються конкурси, здійснюються регулярні атестації, проводяться додаткові навчання чи підготовка спрямовані на виявлення тих, фахівців чийі знання, навички та бачення відповідають вимогам майбутньої посади.

- «Рекомендуй друга». Зазвичай, подібну назву мають програми, які передбачають можливість внутрішніх співробітників допомогти підприємству познайомитися із потенційним кандидатом на вакансію і, в свою чергу, отримати матеріальну чи нематеріальну мотивацію за результатом працевлаштування «приведеного» ним фахівця. Таким чином обидві сторони отримують позитивний ефект від спільнодії – служба персоналу економить ресурс на пошук кандидатів та отримує фахівця, за якого є кому поручитися, а співробітники можуть отримати додатковий дохід (за умови наявності фінансової мотивації) чи

іншу винагороду, окрім того, відчувають власну значущість і відчуття більшої довіри зі сторони підприємства.

- База кандидатів підприємства. Як правило, така база формується із анкет чи резюме кандидатів, які пропонують себе, не претендуючи на якусь конкретну вакансію. Результативність рекрутингу таким методом є доволі низькою через невизначеність часового проміжку між поданням резюме та появою вакансії, на яку потенційний кандидат може претендувати, але такий метод часто працює у випадках масового підбору персоналу. Однак, наявність такої бази є показовим при оцінці зовнішнього іміджу підприємства на ринку праці та можливість впливати на нього через таких кандидатів.

До переліку зовнішніх методи рекрутингу належать:

- Послуги державної служби зайнятості та/або приватних кадрових агентств. В даному випадку, підприємство передає процес в керування зовнішній структурі. Успішність такої співпраці залежить від коректності формулювання вимог до кандидатів, наявної бази претендентів та професійності співробітників таких служб чи агентств. Суттєвим недоліком дегелування завдання з підбору персоналу зовнішній організації є неможливість співробітників таких організацій повною мірою оцінити запропонованих кандидатів на предмет їх відповідності внутрішнім політикам та культурі підприємства, що в сучасних умовах часто стає визначальним при виборі фінального кандидата. При цьому ми не виключаємо можливість застосування такого методу через наявність позитивного аспекту при підборі персоналу вузької кваліфікації чи експертів в певній сфері.

- Цифровий рекрутинг, тобто, залучення потенційних кандидатів з використанням job-сайтів, соціальних мереж, засобів масової інформації та інших публічних джерел. Використання медійного простору забезпечує певного рівня «охоплення» потенційних кандидатів та відносно малі фінансові витрати. Позитивний ефект такого методу обумовлений присутністю декількох показників: популярність, відвідуваність і комфортність користування сайтами, впізнаваність підприємства-роботодавця у діджитал площині. Використання



соціальних мереж, таких як LinkedIn, Facebook, Instagram, та месенджерів Telegram, Viber, дозволяє залучати висококваліфікованих фахівців необхідної сфери діяльності через публікації інформації про вакансії у групах за інтересами та використовуючи засоби викладу інформації цільового спрямування через що набуває все більшої популярності.

- Прямий пошук, так званий «хед-хантинг», ще його називають «полювання за головами». Використовують, переважно, при пошуку фахівців вищої ланки, людей з особливими знаннями і навичками у певній, досить часто доволі вузькій, сфері або при підборі лінійних чи фахівців середньої ланки в регіонах, де на ринку праці попит на фахівців перевищує пропозицію. Такий метод застосовується для пошуку кращого кандидата, з наявних на ринку праці, з числа «неактивних» кандидатів (тобто тих, хто у даний час має роботу), тоді як при «звичайному» підборі персоналу шукають кандидатів лише з «активних» (тобто тих, які самі знаходяться в процесі пошуку роботи). В ході проведення інтерв'ю при застосуванні даного методу менеджер з персоналу чи рекрутер повинен не лише оцінити знання та навички кандидата і зіставити їх з ключовими компетенціями, необхідними для виконання конкретних посадових обов'язків, а й спробувати зацікавити потенційного кандидата розглянути можливість зміни місця роботи.

- Аутплейсмент. Послуга, що передбачає працевлаштування персоналу, звільненого з підприємства-замовника відповідно до чітко встановлених термінів і з певними умовами. В результаті процедура звільнення значно полегшується, дозволяє підприємству уникнути репутаційних ризиків і, в майбутньому, поновити відносини із працівником за наявності такої можливості. Мусимо визнати, що такий метод не є розповсюдженим, але набуває популярності останнім часом серед роботодавців.

- Залучення молодих фахівців. Даний метод застосовується при підборі молодих фахівців і випускників закладів вищої освіти, а також при роботі з кадровим резервом. Це багатоетапна технологія цілеспрямованого залучення «кращих з кращих». Супроводжується процес жорстким груповим відбором,

який починається ще на рівні відсіву за анкетними даними, за ним йдуть тестування та низка співбесід, причому деякі етапи можуть проводитися по кілька разів, а їх послідовність – варіюватися.

- Пошук в навчальних закладах. Забезпечує приплив на підприємство «свіжих» кадрів, при цьому даний метод передбачає надання «новачкові» певний час для оволодіння практичним досвідом. З кожним роком все більше підприємств користуються цим методом, причиною чого є адаптація системи освіти до потреб ринку. Підприємства, які бажають інвестувати в навчання молодих фахівців, таким чином «на виході» отримують висококласного фахівця, який володіє всіма необхідними теоретичними та практичними навичками.

- Пошук талантів (від англ. talents search) – відносно новий напрямок підбору персоналу, який позитивно себе зарекомендував. Полягає у веденні цілеспрямованого пошуку перспективних і цікавих кандидатів. Менеджери з персоналу відвідують різноманітні конференції, тематичні професійні зустрічі, проводять моніторинг діджитал платформ тим самим спостерігаючи за діяльністю і розвитком тих чи інших фахівців, потенційно цікавих для подальшої співпраці. За результатом такої роботи розробляється програма мотивації та розвитку орієнтована на потенційного кандидата, після чого йдуть переговори і пропозиція про співпрацю.

Таким чином, підбір персоналу – це сукупність спланованих дій по залученню співробітників з навичками і якостями, необхідними для забезпечення якісної та ефективної роботи підприємства. Підбір персоналу є одним із ключових процесів в системі управління персоналом, що здійснюється на засадах плановості, альтернативності, активного підбору, забезпечує можливість ротації кадрів, за необхідності, поповнення команди кваліфікованими фахівцями та сприяє інтенсивному розвитку підприємства.

Враховуючи досліджені методи підбору персоналу, їх позитивний ефект та недоліки, можемо зробити висновок, що результативність методів підбору персоналу залежить, в першу чергу, від впізнаваності бренду роботодавця та його іміджу на ринку праці, професійності фахівців, на яких покладено завдання

пошуку і підбору персоналу, а також вміння ефективно використовувати ресурси з урахуванням їх цільового спрямування.

## **РОЗДІЛ 2. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДИХ ФАХІВЦІВ ПРИ ПІДБОРІ КВАЛІФІКОВАНОГО ПЕРСОНАЛУ**

Сучасні підходи до організації роботи підприємств та суцільна діджиталізація процесів сприяє підвищенню рівня зацікавленості роботодавців у молодих фахівця та популяризації такого методу підбору персоналу як залучення молодих фахівців. Провідні національні та міжнародні компанії протягом тривалого часу активно застосовують даний метод у своїй роботі тим самим забезпечуючи себе кадровим резервом за окремими ключовими напрямками, готують фахівців у певній сфері, впливають на профорієнтаційні процеси в регіоні та користуються можливістю покращити власні виробничі процеси за рахунок незаангажованого погляду молодого фахівця на них «з середини» та напрацювання спільних кроків їх оптимізації та модернізації.

Враховуючи виклики сьогодення, пов'язані із циклічністю роботи бізнесу, пропонуємо більш детально звернути увагу на ті методи підбору персоналу, які дозволяють забезпечувати потреби бізнесу у кадрах, молодих фахівців – у досвіді, сфері освіти – у модернізації та цільовій орієнтації освітніх програм. Розглянемо приклади реалізації методу залучення молодих фахівців на практиці, проаналізуємо його позитивний ефект та з'ясуємо вигодонабувача такої співпраці.

### **2.1. Аналіз програм спрямованих на залучення молодих фахівців**

Як було зазначено раніше, національні та міжнародні компанії практикують залучення молодих фахівців використовуючи при цьому різні засоби, серед яких: конкурси, спеціалізовані курси, практики, стажування, працевлаштування на часткову занятість, співпраця з ЗВО тощо. Пропонуємо проаналізувати найбільш застосовувані засоби для з'ясування їх впливу на ефективність діяльності підприємства та рівень підготовки молодих фахівців.

Отже, більш традиційним та звичним засобом залучення молодих фахівців є запрошення кращих студентів останніх курсів, випускників ЗВО на практику чи стажування на підприємстві. Така форма залучення може бути короткостроковою або довгостроковою, залежно від виду та мотивів співпраці.

Таким засобом користуються провідні агрокомпанії, такі як Кернел (програма «Кернел Шанс»), Контінентал Фармерз Груп (програма «Майбутнє Контінентал»), МХП (програма «МХП Старт»), провідна енергетична компанія ДТЕК (проект дуального навчання для студентів), міжнародна аудиторська компанія Deloitte (програма «Знайди себе в «Делойт»»), промислова компанія Інтерпайп (програма «В майбутнє – разом!»), банк ОТП (програма «ОТП New Generation»), медійний холдинг «1+1 media» (програма «Ближче до ТБ») та інші представники бізнесової спільноти.

Принцип застосування даного методу полягає у багатоетапній технології цілеспрямованого залучення «кращих з кращих». Процес будується з урахуванням потреби підприємства у фахівцях конкретних напрямків. Зазвичай, подібний план набору молодих фахівців формується раз на пів року чи рік, передбачається бюджетування даних позицій та формується список наставників, які супроводжуватимуть майбутніх студентів-стажерів протягом всього періоду стажування чи практики. Підготовкою програм стажування займається менеджер з персоналу підприємства або окремий фахівець, на якого покладено обов'язки з навчання та розвитку персоналу, в окремих компаніях створюється повноцінний навчальний центр.

Далі формується пул закладів вищої освіти, які, на думку підприємства, є перспективними для подальшої співпраці та для чиїх студентів та випускників може бути актуальною участь у подібних програмах, готуються профілі потенційних кандидатів і проводиться активна рекламна кампанія за допомогою різних засобів поширення інформації.

Супроводжується процес жорстким груповим відбором, який починається з етапу анкетування, скринінгу і первинного відсіву за його результатами, окрім

того, потенційні стажери проходять тестування за яким визначається базовий рівень знань, після чого організують співбесіди.

За результатами співбесід, як правило, формують кінцевий список кандидатів, які отримують можливість пройти стажування. Співбесід може бути декілька, також вони можуть здійснюватися в декілька етапів і мати різне спрямування: перевірку теоретичних знань, певних навичок, виявлення мети участі того чи іншого претендента у стажуванні та очікувань щодо позитивного ефекту від проходження такого стажування.

Ми маємо відрізнити поняття «практики» та «програми стажування». В першому випадку заклади вищої освіти, за наявності договору про співпрацю з певним підприємством, направляють студентів на обов'язкову, передбачену навчальним планом чи освітньою програмою, виробничу практику для знайомства з виробничими процесами безпосередньо на підприємстві. Таким чином кандидати обходять жорсткий процес попереднього відбору як при стажуванні, але мають меншу ймовірність отримати пропозицію про роботу по завершенню такої практики. При цьому рівень «занурення» в робочий процес та можливість набуття практичних навичок зберігається. Переважно така практика є безоплатною.

В іншому випадку, коли мова йде про ініційовану підприємством програму стажування, то, перш за все, вона покликана забезпечити підприємство на певний період фахівцями, що здатні покрити потреби підприємства у реалізації визначених завдань. Таке стажування, переважно, є оплатним, крім того, стажери отримують компенсацію проживання та харчування, наставника та можливість подальшого працевлаштування. Виходить, участь у програмах стажування є взаємовигідними як для підприємств, так і для молодих фахівців.

Для більшої наглядності, пропонуємо проаналізувати таку форму залучення молодих фахівці як стажування на прикладі програми стажування «Кернел Шанс», вивчити її умови, з'ясувати переваги та недоліки.

Отже, «Кернел Шанс» – програма стажування ініційована компанією Кернел, участь у якій беруть переважно студенти та випускники аграрних вишів,

спрямована на розвиток в учасників програми інноваційного мислення, глибокого розуміння реальних бізнес-процесів та основ менеджменту, навичок підприємництва і здатності ефективно діяти у глобальному бізнес-середовищі та умовах постійних змін.

Дана програма дозволяє студентам та випускникам зануритись у робочу атмосферу компанії, при цьому стажери мають можливість поєднувати це із навчанням. Часто таке стажування може стати початковим етапом працевлаштування, оскільки, як декларує компанія, студент-стажер стає повноцінним членом команди, бере участь у виробничих процесах, залучається до розробки пропозицій по модернізації виробництва.

Програмою «Кернел Шанс» передбачено три етапи, які проходить кожен стажер. Тривалість кожного етапу визначається індивідуально для кожного студента-стажера, в залежності від позиції, на якій останній проходить стажування.

Таким етапами є:

1) теоретична частина – компанія залучає фахівців з числа менеджменту компанії, провідних викладачів, професорів кращих університетів Європи та США;

2) практична частина – стажер-студент працює під керівництвом наставника з числа менеджменту, виконує обов'язки на рівні повноцінного співробітника компанії (з урахуванням необхідності продовжувати навчання без втрати якості), спостерігає за виробничими процесами, отримує можливість працювати з провідними світовими технологіями, набуває практичного досвіду;

3) підготовка та захист проектів оптимізації виробничого процесу, в якому був задіяний студент протягом стажування. Даний етап є обов'язковим та реалізується за сприяння та супроводу наставника.

Стажування, в залежності від програми, триває від 1 місяця до пів року. Після закінчення терміну стажування та захисту проекту є кілька варіантів розвитку подій: перехід на постійну позицію, за її наявності; якщо вакансії відсутні, студент-стажер має можливість влаштуватися на постійну роботу в

іншу компанію, отримавши рекомендацію від наставника. Кожен студент-стажер по результату успішного захисту проекту отримує сертифікат про завершення програми стажування.

Практики та програми стажування передбачають залучення молодих фахівців з наявною базою знань в тій чи іншій сфері, необхідній підприємству чи фахівцеві для виконання доручених йому завдань. Однак, в практиці компаній є методи залучення молодих фахівців, що загалом не потребують володіння навичками чи знання з напрямку на початку. Мова йде про освітні хаби, освітні програми, курси. Такі засоби потребують від кандидатів лише наявності загальної ерудиції, бажання вчитися і розвиватися, вміння швидко засвоювати отриману інформацію та інших особистих якостей.

В більшій мірі, такі засоби практикують компанії, які працюють в сфері інформаційних технологій чи іншій сфері, розвиток якої відбувається швидше, ніж на ринку з'являються фахівці з потрібними знаннями та досвідом. Таким чином, компанія бере на себе зобов'язання дати спеціалізовану не формальну освіту фахівцеві з можливістю подальшого працевлаштування в компанії. На відміну від стажувань чи практики, участь у згаданих освітніх програмах може здійснюватися на безоплатній основі або на платній, але цього разу не за рахунок підприємства, а за кошти слухача чи третіх осіб. Також, такі освітні продукти доступні не лише молодим фахівцям, а й фахівцям, які мають на меті перекваліфікуватися, змінити напрямок діяльності, розвинути свої знання та навички, якщо були чи є дотичними до подібних сфер.

До переліку компаній, що мають свої освітні хаби та створюють освітні продукти відносяться: QATestLab, Beetroot Academy, Комп'ютерна Академія ШАГ, Microsoft IT Academy, DTEK Academy, навчальна програма KPMG K-Foundation, New Biz School, Тренувальний табір GL Base Camp GlobalLogic тощо.

Загалом, сучасний ринок має безліч методів залучення молодих фахівців у різних сферах виробничої діяльності, метою яких є оновлення знань, підвищення кваліфікації та виховання принципово нової формації фахівців. Наявність такої практики, на нашу думку, пов'язана з інтенсивним розвитком підприємництва в



Україні та світі загалом, а тому політика відкритості та добровільне бажання підприємств ділитися досвідом, знаннями, експертизою, технологіями є нічим іншим, як бажанням розширити ринок кандидатів на майбутні вакансії, підвищити рівень конкурентоспроможності українських фахівців у порівнянні із зарубіжними та, що безумовно важливо, запобігти витоку кадрів за межі українського ринку.

## **2.2. Взаємодія ЗВО та бізнесу: практика та перспективи застосування**

В рамках модернізації освіти протягом останнього часу одним з найважливіших напрямків діяльності закладів вищої освіти стало формування ефективних моделей взаємодії з потенційними роботодавцями студентів та випускників. Партнерство бізнесу та ЗВО сьогодні є критично важливим для розвитку вітчизняної вищої освіти.

Партнерство у сфері вищої освіти розглядається як один з аспектів соціального партнерства, це особливий тип взаємодії освітніх установ з усіма суб'єктами ринку праці, його інститутами, а також територіальними органами управління, націлений на максимальне узгодження і реалізацію інтересів всіх учасників цього процесу. У міжнародній практиці соціальне партнерство у освіті прийнято розуміти як «взаємодію з суб'єктами економічного життя і сфери праці з метою підвищення ефективності вищої професійної освіти і задоволення попиту на вміння та компетенції робочої сили на ринку праці» [15].

Соціальне партнерство у сфері освіти – це багатосторонній взаємовигідний процес, при чому ініціаторами співпраці можуть ставати як роботодавці, так і держава, залежно від сформованих виробничих відносин, традицій і моделей регулювання системи вищої професійної освіти.

Наразі практикуються різного роду форми співпраці ЗВО та бізнесу. При ранжуванні форм співпраці за основу візьмемо розподіл на універсальні та специфічні форми. Такий розподіл пов'язаний з наявністю різноманітних цільових аудиторії для того чи іншого бізнесу, для різних закладів вищої освіти, в залежності від профілю, може бути актуальною чи ні співпраця з конкретними

представниками бізнесової спільноти. А отже, універсальні форми співпраці орієнтовані на всіх без виключення, а специфічні спрямовані на конкретного «споживача». До універсальних форм взаємодії належать: ярмарки вакансій, організація та участь у конференціях, взаємодія з підрозділами ЗВО, чиї функції передбачають працевлаштування студентів та випускників.

Що стосується специфічних форм, вони в свою чергу поділяються на короткострокові та довгострокові форми взаємодії і залежать від того на скільки тривалим планується співробітництво. Зазвичай, специфічні форми взаємодії комбінують між собою для досягнення більшої результативності такої співпраці і закріплюють у формі публічного договору про співпрацю, меморандуму тощо.

Отож, до специфічних форм взаємодії віднесемо: лекції, спеціалізовані курси, факультативи, конкурси (із переліку короткострокових) та облаштування наукових центрів, лабораторій, формування базових кафедр, організацію стажувань/практик (із переліку довгострокових).

Останнім часом набувають поширення специфічні форми залучення роботодавців до навчального процесу закладів вищої освіти. Такі заходи можуть мати як короткостроковий характер, так і бути побудовані на довготривалому співробітництві. Навіть поодинокі лекції представників бізнесу дозволяють урізноманітнити навчальний процес, додати практичного характеру теоретичним матеріалам. Компанії у такий спосіб можуть представити себе студентам та випускникам.

Взаємовигідною формою взаємодії на базі навчальних закладів може стати організація лабораторій, наукових центрів, базових кафедр. При такому співробітництві ЗВО отримує сучасне обладнання, розвиваються нові напрями роботи зі студентами. Роботодавці у такий шлях отримують можливість підготовки кадрів відповідно до специфіки компанії. Наукові центри та лабораторії дозволяють бізнесовим структурам відбирати кращих студентів, надавати їм місце для проходження практики (стажування), згодом надати повноцінне робоче місце [13].

Такі компанії, як Intel, Henkel, Нібулон, Siemens забезпечують заклади вищої освіти сучасними лабораторіями, які дають можливість на практиці оволодіти необхідними навичками, набути досвіду роботи із сучасним обладнанням та відпрацювати проблемні моменти та напрацювати рішення, які можуть виникнути в процесі роботи.

Крім того, співпраця між ЗВО та бізнесом не обмежується лише на матеріально-технічному забезпеченні та прийомі на стажування студентів, представники менеджменту компаній часто входять до професорсько-викладацького складу кафедр, здійснюють наукову та викладацьку діяльність на території партнерських закладів вищої освіти, студенти і представники викладацького складу ЗВО можуть бути задіяні як позаштатні фахівці, експерти, помічники в тому чи іншому процесі. Також, співпраця бізнесу та ЗВО може бути ефективною у напрямках спільної роботи по вдосконаленню освітніх програм у відповідності із новітніми практиками та інноваціями.

Побудова оптимальної форми взаємодії науки та бізнесу потребує поєднання різних способів співпраці, мережевої схеми взаємодії. Чим більше зв'язків буде налагоджено, тим тіснішою буде співпраця між наукою та бізнесом.

Залучення роботодавців до навчального процесу, як довгострокове, так і короткострокове, має багато переваг: збагачує знання студентів у певній галузі – студенти отримують останні новини зі світу бізнесу, останні технології, виробничі технології інших компаній, банківські технології тощо; дозволяє урізноманітнити навчальний процес; зближує теорію та практику; бізнес-тенденції і вищу освіту. Недоліком для бізнесу може бути те, що така співпраця вимагає певних часових фінансових та інших витрат, які не кожне підприємство може собі дозволити. Для ЗВО в якості недоліку слід відмітити, що студенти відволікаються від навчального процесу, що може негативно впливати на успішність студентів, адже незасвоєний матеріал, здатний знизити конкурентоспроможність майбутнього фахівця на ринку праці. При тому цей недолік нівелюється за рахунок розширення формальних знань практичним досвідом.

### **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕСУ КВАЛІФІКОВАНИМИ КАДРАМИ**

Проаналізувавши низку методів, засобів і способів підбору персоналу вбачаємо перспективу вдосконалення процесу забезпечення бізнесу кваліфікованими кадрами безпосередньо через розширення співпраці бізнесу із закладами вищої освіти.

Різноманітність цілей та напрямів діяльності ЗВО з представниками бізнесової спільноти визначає широту спектру форм їх співпраці, а саме в напрямках: підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів; проведення університетами наукових досліджень на замовлення підприємств; використання результатів досліджень і розробок у діяльності підприємств; отримання університетами патентів на наукові розробки і винаходи, а також купівля підприємствами ліцензій на їх використання; створення корпоративних університетів на базі підприємств; надання експертної допомоги та консультаційних послуг. Програми стажування серед соціально відповідальних роботодавців є найбільш поширеним способом підготовки студентів до реального робочого ритму.

Загалом, практика останніх років свідчить, що рівень зацікавленості ЗВО та бізнесу у співпраці щодо підготовки та залучення молодих фахівців зростає, особливо це стосується ключових українських індустрій, але при цьому залишається стабільно низьким, що, своєю чергою, негативно впливає на показники розвитку підприємств і популярність формальної освіти загалом.

Незважаючи на те, що деякі компанії намагаються побудувати діалог з університетами і утворити канал постачання необхідних кваліфікованих кадрів для своєї діяльності, рівень активності такого співробітництва досить низький, це пов'язано з тим, що участь у цьому процесі беруть лише близько 30% загальної кількості студентів здебільшого з провідних ЗВО. Більшість закладів вищої освіти використовують традиційну концепцію студентської мобільності,

тобто надання студентам можливості стажуватися або працювати на базі підприємств протягом короткого періоду. Інші ж можливості співробітництва, такі як спільні наукові розробки, їх комерціалізація, планування навчального плану, сприяння підприємницьким ініціативам, не поширені, а це, в свою чергу, не дає змоги відтворити повну картину потреб бізнесової спільноти. Можемо зробити висновок, що це обумовлено здебільшого слабким співробітництвом університетів та бізнесу в інноваційному процесі.

Про важливість такого співробітництва свідчить те, що воно знайшло відображення в індикаторах конкурентоспроможності країн. Для України потрібно зважати не лише на досвід передових інноваційних країн світу, а й пристосовувати їх рішення відповідно до реалій та особливостей власного потенціалу. Це потребує докорінної трансформації підходів, за яких університети готували фахівців відповідно до державного замовлення.

Представники наукової спільноти, які тривалий час вивчають питання розвитку співробітництва закладів вищої освіти та бізнесу підготували перелік бар'єрів, що на їх думку можуть перешкоджати такому розвитку. До них віднесли наступні бар'єри:

- недостатня поінформованість бізнесу про можливості співпраці із ЗВО;
- нерозуміння бізнесом реалій і умов роботи ЗВО;
- орієнтованість бізнесу лише на швидке отримання прибутку. Бізнес готовий вкладати кошти в те, що приносить швидкий результат, а не в довгострокові проекти як підготовка кваліфікованих кадрів;
- складність узгодження правових параметрів інтелектуальної власності;
- проблеми конфіденційності інформації;
- недостатність фінансових ресурсів у бізнесу для розширення партнерства із ЗВО;
- неготовність компаній надавати майданчики та обладнання для здобуття викладачами і студентами практичних навичок;
- бюрократія, присутня у закладах вищої освіти;

- небажання адміністрації ЗВО брати на себе додаткове навантаження і проблеми;
- відсутність видимої зацікавленості ЗВО у працевлаштуванні власних випускників;
- пасивна і консервативна позиція ЗВО по відношенню до бізнесу, яка полягає в переконаності в тому, що вища школа бездоганна і може готувати необхідних спеціалістів;
- вимоги деяких навальних закладів сплачувати кошти за заходи, які проводять компанії (семінари, презентації тощо);
- відсутність у ЗВО підрозділів чи конкретно визначених осіб, що відповідають за контакти з бізнесом (від координації профорієнтаційних ініціатив (ярмарки вакансій, дні кар'єри, презентації компаній роботодавців) до питань інтеграції бізнесу в освітній процес). Компанії, що бажають взаємодіяти інколи змушені одночасно співпрацювати з декількома людьми по різних питаннях;
- відсутність свіжих стандартів навчання і карт-навиків сучасних професій, на основі яких можуть розроблятися нові програми підготовки спеціалістів. Освітні програми не відповідають реальному життю;
- відсутність чітких юридичних аспектів легалізації і затвердження питань взаємодії бізнесу і закладів вищої освіти [8, 9, 10].

З наявністю перелічених бар'єрів частково погоджуємося, однак варто зазначити, що робота в напрямку налагодження співпраці ЗВО та бізнесу ведеться доволі активно, оскільки обидві сторони даного процесу вже прийшли до розуміння необхідності такої співпраці.

Та все ж, частина компаній продовжує уникати можливості співпраці з навчальними закладами, оскільки не бачать можливостей останніх підготувати висококласного спеціаліста і цю функцію вони беруть на себе, коли приймають на роботу випускника університету. Причини неможливості ЗВО надати студенту необхідний рівень знань очевидні, до них відносять:

- короткостроковість практики студентів;

- застарілі знання у викладачів;
- застарілий стан техніки і обладнання;
- відстороненість бізнесу від визначення змісту освіти та її якості безпосередньо у ЗВО.

Безперечно, маємо визнати, що велика частка закладів вищої освіти вже працює над подоланням згаданих недоліків. Ними напрацьовано ряд заходів спрямованих на модернізацію освітніх програм та підходів до викладання: впроваджується практико-орієнтоване навчання, коли для студентів початкових курсів також передбачено проходження практики на підприємствах; здійснюється підтримка раннього працевлаштування студентів та надання можливості поєднувати навчання та роботу, тим самим це дає можливість різностороннього вивчення процесу; проводиться точкова комунікація з профільними підприємствами, що дозволяє час-від-часу користуватися потужностями підприємств для знайомства з технологіями, устаткуванням та процесами; підтримка викладацького складу у бажанні розвиватися і організація їх участі у партнерських програмах ЗВО різних країн, участі у профільних конференціях, виставках, форумах тощо.

Ми не виключаємо наявності інтересу закладів вищої освіти до розвитку та бажання налагодити співпрацю з представниками бізнесової спільноти, але на даний час, в більшій мірі, це є точковими проявами, переважно заснованими на певному досвіді керівників ЗВО, кафедр тощо. Для розширення мережі такої співпраці та проведення вірусної модернізації підходів до побудови навчального процесу необхідно випрацювати алгоритм на рівні законодавчих ініціатив та розпоряджень виконавчої влади у комунікації з представниками бізнесу.

Для формування і розвитку партнерства між бізнесом та університетами потрібно реформувати модель співпраці ЗВО-держава-бізнес. Так, на рівні державного управління необхідно прискорити процес імплементації вже прийнятих змін в частині:

- реалізації ЗВО наданої їм в управлінні та фінансуванні;

- використання можливості отримання благодійної допомоги зі сторони бізнесу;
- уніфікації процедури внесення змін до освітніх програм і навчальних планів ЗВО, залучення підприємств до цього процесу. Надати можливість бізнесу брати участь у визначені спеціальностей та карт-навиків по ним, якими студент має володіти по закінченню закладу вищої освіти;
- врегулюванні питань захисту інвестицій і прав інтелектуальної власності при розвитку партнерства;
- запровадженні податкових пільг та заходів нематеріального стимулювання для компаній, які започатковують програми партнерства із ЗВО (в тому числі, при наданні практики студентам, викладачам та ін.);
- реалізації співфінансування з боку держави спільних дослідних проєктів ЗВО і бізнесу;
- передбаченні можливості створення й діяльності інноваційних підприємств шляхом об'єднання зусиль і ресурсів компаній та ЗВО для реалізації проєктів і програм у сфері досліджень та розвитку;
- запровадженні можливості ВНЗ залучати бізнес до власних дорадчих органів чи органів управління;
- запровадження обов'язковості частки викладачів представників бізнесу у професорсько-викладацькому складі.

Для налагодження ефективної співпраці з компаніями закладам вищої освіти необхідно ґрунтовно підійти до впровадження заходів, що дозволять спростити процедуру взаємодії, а саме:

- розробити та прийняти документи, які чітко визначають політику в сфері партнерства;
- призначити окрему особу, яка буде нести відповідальність за контакти з бізнесом та реформувати роботу центрів працевлаштування, підвищення ефективності їх роботи;
- залучати представників бізнесу до органів управління навчальним закладом, до викладання дисциплін або проведення майстер-класів.



- працювати над залученням інвестицій для поліпшення лабораторного обладнання університетів, оперуючи тим, що така інвестиція дозволить отримати студентами навиків роботи на сучасному обладнанні, і відповідно, скоротить тривалість адаптації молодих фахівців, та підвищить якість дослідницької роботи та інші

Зі своєї сторони представникам бізнесової спільноти необхідно також активізуватися в напрямку співпраці із закладами вищої освіти, надати їм першочергово підтримку та допомогу у переході до більш відкритої роботи.

Отже, побудова оптимальної моделі співпраці бізнесу та університетів в сучасних умовах, повинна базуватися на засадах автономії та ініціативи. Керівники ЗВО мають налагоджувати продуктивний діалог з представниками бізнесової спільноти, швидко реагувати на їх потреби у забезпеченні конкурентоспроможними фахівцями, спільно розробляти інноваційні ідеї. Адже партнерство такого роду несе значний економічний, науково-технічний і соціальний прогрес, закладаючи інвестиції в людський та інтелектуальний капітал, що є найбільш ефективними в довгостроковій перспективі.

У сучасних швидкозмінних умовах підприємства також мають оперативно реагувати на виклики конкурентного середовища, адже, все частіше виникає ситуація, коли співробітникам нові знання, навички та вміння потрібні – тут і зараз. Вирішальне значення для формування інтелектуального капіталу підприємств має якісна освіта, креативне мислення та практичний досвід працівників.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження підтверджує, що такий метод підбору персоналу як залучення молодих фахівців є доволі перспективним та не до кінця застосовуваним українським бізнесом. Також бачимо нерозривний зв'язок процесу залучення молодих фахівців та співпраці підприємств із закладами вищої освіти, що характеризується системністю підходу до процесів підбору персоналу та розвитку освітньої сфери зокрема. Наявність сформованої практики точкової співпраці ЗВО та представників бізнесової спільноти демонструє готовність двох сторін до злагодженої співпраці, розуміючи виклики сьогодення та потенційні результати, яких може бути досягнуто в процесі такої співпраці.

Маємо враховувати, що партнерство вищої освіти та бізнесу є досить специфічним видом співробітництва, і передбачає широкий спектр напрямів їх діяльності, цілей та функціональність можливостей.

При чому в процесі побудови партнерства ЗВО-бізнес, в його широкому розумінні, розуміємо, що автономія закладів вищої освіти не використовується повністю, не передбачаються реальні запити сьогодення щодо сучасного ринку праці в процесі формування освітніх програм та навчальних планів. Для того щоб заклади вищої освіти мали діалог з представниками бізнесу щодо оновлення змісту освіти та запровадження інноваційних технологій і методів, вони мають реагувати на потреби бізнес-середовища. Заклади вищої освіти, що втілили в життя інноваційні підходи та гнучкість формування освітніх програм, постійно здійснюють пошук нових форм партнерської взаємодії, можуть досягти успіхів, приваблюючи більшу кількість студентів, які, в свою чергу матимуть переваги над своїми колегами з інших університетів, конкурентоспроможність на ринку праці. Важливим для усунення дисбалансу є залучення бізнесу до розроблення освітніх програм з інноваційною складовою, організації практики тощо. Окрім того, на нашу думку, закладам вищої освіти, що втілили в життя таке партнерство і продовжують його розвивати необхідно поділитися досвідом із тими ЗВО, які лише стають на шлях розбудови партнерських відносин із бізнесом.

Разом з тим, модель партнерства, з метою підвищення її ефективності має бути побудована на таких елементах: носити стратегічний характер; мати вплив на загальний рівень підготовки спеціалістів; мати чітко визначені довгострокові цілі та результати партнерства; використовувати комплекс форм співробітництва, які мають між собою логічний взаємозв'язок.

Ефективність взаємодії вузів і роботодавців значно зростає, коли партнери-роботодавці переходять з позиції сторонніх спостерігачів і виключно споживачів освітніх послуг на позицію зацікавлених учасників освітніх і інноваційних процесів, що всіляко сприяють оволодінню студентами комплексом професійних компетенцій, які відповідають вимогам сучасного ринку праці. Вирішення цього завдання породжує нові форми соціального партнерства, нові правові норми і нові типи договорів, які при максимальному узгодженні й реалізації взаємних інтересів сприяють навчальним закладам у підготовці фахівців, а підприємствам у забезпеченні своїх кадрових потреб.

Визначальною рисою ефективної моделі взаємодії освіти і ринку праці є наявність чітких механізмів забезпечення співпраці між суб'єктами-учасниками на засадах соціального партнерства за активного сприяння держави [6].

В рамках проведено дослідження нами було досягнуто поставлених цілей, а саме: з'ясовано поняття підбору персоналу та його місце у політиці управління персоналом, визначено методи підбору персоналу, досліджена їх результативність, переваги та недоліки, проаналізовано програми, спрямовані на залучення молодих фахівців, вивчено модель співпраці закладів вищої освіти та бізнесу наявної в Україні, напрацьовано шляхи вдосконалення процесу забезпечення бізнесу кваліфікованими кадрами

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушків Б. М.С/С. «Основи менеджменту» / Б. М. Андрушків, О. Є. Кузьмін. - Львів. : Світ. - 1995. - 296 с.
2. Безвух С. Соціальне партнерство науки і бізнесу: форми взаємодії, проблеми і рекомендації щодо їх вирішення. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. № 3. С. 7–14.
3. Бутусевич А. стаття/ онлайн видання «Перша кадрова газета «Консультант кадровика» №23 (155) 2017 / УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
4. Даньків Й.Я. Співпраця університетів і підприємств на сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин України / Й.Я. Даньків, М.С. Попович, Ю.Я. Волошина // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2013. – № 4. – С. 81–84.
5. Дмитренко Г. А. Стратегічний менеджмент: цільове управління персоналом організацій: Навч. посіб. – К.: МАУП, 1998. – 1888 с.
6. Дяків О. Європейський досвід регулювання взаємодії освіти та ринку праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10dovorp.pdf>
7. Заюков І. Проблеми та перспективи розвитку в Україні професійного навчання кадрів на виробництві. Економіка України. 2008. № 6. С. 80–87.
8. Звіт за результатами I Національного Форуму «Бізнес і університети» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/ForumReport\\_Final.pdf](http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/ForumReport_Final.pdf).
9. Звіт за результатами II Національного Форуму «Бізнес і університети: трансформація освіти» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://csr-ukraine.org/wpcontent/uploads/2015/02/II\\_Forum\\_Report\\_f.pdf](http://csr-ukraine.org/wpcontent/uploads/2015/02/II_Forum_Report_f.pdf).
10. Зінченко А. Якісна вища освіта: роль партнерств / Зінченко А., Саприкіна М., Янковська О., Вінніков О. – К., 2013. – 20 с.
11. Карякін А.М. Управління персоналом: Електронне навч. посібник. 3-тя редакція / Іван. держ. енерг. ун-т. - Іваново, 2005.

12. Кузьмін, О. Є. С/С. «Основи менеджменту»: підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : Академвидав, 2003. - 416с.

13. Лопатинський Ю. Програма ТЕМПУС: налагодження співпраці університету з роботодавцями [Електронний ресурс] / Ю. Лопатинський, І. Яскал // Програма ТЕМПУС: налагодження співпраці університету з роботодавцями. – Режим доступу : <http://cap4com.eu>.

14. Лук'яніхін, В. О. «Менеджмент персоналу»: навч.посібник / В. О. Лук'яніхін. – Суми: Університетська книга, 2004. – 592с.

15. Олейникова О.Н Социальное партнерство в сфере профессионального образования в странах Европейского Союза / О.Н. Олейникова, А.А. Муравьева // Высшее образование в России. – 2009. – № 6. – С. 111–120.

16. Петрова І.Л. Ринок праці та освіта: пошук взаємодії : [зб. наук. ст. / наук. ред. І. Л. Петрова]. – К. : Таксон, 2007. – 200 с.

17. Покідіна В. Університети та бізнес: міжнародний досвід співпраці та перспективи для України. Проект «Популярна економіка: ціна держави». 2016. № 41. 25 с.

18. Тарасенко С. Партнерство університетів та бізнесу: форми та перспективи розвитку в умовах підвищення інноваційності економіки. Вісник Мукачівського державного університету. Економіка та управління національним господарством. 2017. № 13. С. 302–308.

19. Щербата Т. Теоретичні аспекти налагодження партнерських відносин підприємств із ВНЗ. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. 2016. № 847. С. 193–197.

## АНОТАЦІЯ

### конкурсної наукової роботи під шифром «Молоді фахівці»

Актуальність теми полягає у тому, що в основу підготовки кваліфікованих кадрів покладено результат комплексної співпраці бізнесу та закладів вищої освіти. В Україні зараз така практика набуває все більшої популярності, але має виключно точкове поширення. В роботі намагаємось проаналізувати наявні форми співпраці та дослідити можливість більш широкого застосування.

**Метою** даної роботи є дослідження сучасних методів підбору персоналу, їх ролі в побудові моделі управління персоналом, виявлення перспективних методів підбору персоналу, які потребують розвитку.

Зазначена мета визначила постановку наступних **завдань**:

- з'ясувати поняття підбору персоналу та його місце у політиці управління персоналом;
- визначити методи підбору персоналу;
- з'ясувати результативність, переваги та недоліки різних методів підбору персоналу;
- проаналізувати програми, спрямовані на залучення молодих фахівців;
- вивчити модель співпраці закладів вищої освіти та бізнесу наявну в Україні;
- напрацювати шляхи вдосконалення процесу забезпечення бізнесу кваліфікованими кадрами.

**Об'єктом** дослідження є методи підбору персоналу.

**Предметом** дослідження є моделі співпраці закладів вищої освіти та бізнесу та їх місце серед традиційних методів підбору персоналу.

**Методи** дослідження обрані, виходячи з поставлених у роботі мети й завдань, з урахуванням об'єкта й предмета дослідження. Їхню основу складають метод пізнання суспільних відносин, явищ та процесів із системно структурним підходом до вивчення матеріалу, поєднаний із синтезом та системним аналізом правових понять і категорій, та іншими методами наукового дослідження, а

також порівняльно-правовий, формально-логічний, ретроспективний та інші інструменти наукового аналізу.

**Структура роботи** визначена метою та завданнями дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновків та представлена на 28 сторінках друкованого тексту та містить 19 джерел використаної інформації.

**Ключові слова:** молоді фахівці, управління персоналом, підбір персоналу, співпраця ЗВО та бізнесу, залучення молодих фахівців, програми стажування, ефективний розвиток бізнесу.