**Антипцева О. Ю. Гусєва А.Р.**

**УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ЗАЛУЧЕННЯ ТА ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

В умовах існуючої економічної кризи провідним чинником нарощування конкурентоспроможності підприємства виступає рівень професійного розвитку його працівників та ступінь стабільності колективу, що працює на спільну ідею. Саме персонал, як невичерпний резерв підвищення ефективності діяльності підприємства, визначає напрями подальшого розвитку організації та забезпечує формування її стратегічного потенціалу. Ефективне функціонування підсистеми найму та відбору кадрів залежить від правильного формування профілю посади на підприємстві, основними складовими якого виступають:

– місце посади в організаційній структурі – визначає як посада пов’язана з елементами існуючої оргструктури: система підпорядкованості, рівень повноважень працівника, що обіймає дану посаду, суміжні підрозділи та посади, з якими передбачені взаємодії, частота контактів з ними;

– склад та структура функцій – опис функціоналу посади, що окреслює які обов’язки виконує співробітник, працюючи на конкретній посаді в рамках існуючих бізнес-процесів;

– кваліфікаційна карта – це опис вимог до освітньо-кваліфікаційного рівня кандидатів: навчальний заклад, рівень освіти, спеціальність і кваліфікація, знання іноземних мов, володіння певним пакетом програмного забезпечення тощо;

– карта компетенцій – перелік професійних та особистісних характеристик, навичок, здібностей, стилю мислення, моделей поведінки, необхідних для якісного виконання зазначених обов'язків. Компетенції доцільно описувати за допомогою індикаторів, що містять шкалу оцінки або градацію по вимогам до рівня виразності кожної складової;

– формальні вимоги – біографічні дані, а саме стать, вік, сімейний стан, моральні якості, досвід роботи, місце проживання.

Між тим слід враховувати, що залучення та закріплення за підприємством потенційних кандидатів на посаду, що відповідають її профілю потребує забезпечення з боку суб'єкта господарювання позитивного відношення майбутнього працівника до себе. Реалізувати це можливо, якщо одночасно з формуванням профілю вакантної посади здійснити розробку та позиціонування ціннісної пропозиції працівникам, що включає наступні елементи: цінність характеристик бізнесу; цінність грошової винагороди; цінність соціальних зобов'язань підприємства перед працівниками; цінність навчання, власного розвитку і трудової кар’єри; цінність внутрішньоорганізаційного статусу; цінність неформальних зв'язків в колективі та типу корпоративної культури; цінність перспектив власної стабільності та піднесення. Таким чином, паралельне використання профілю вакантної посади та ціннісної пропозиції працівникам не лише інформують ринок про запити конкретного підприємства, а і формують зацікавленість відповідних груп потенційних претендентів, залучення, відбір та закріплення яких за підприємством на довгострокову перспективу представляє значний інтерес для керівництва організації.