

УДК 338.24

ЗНАЧИМОСТЬ РАБОТЫ МЕНЕДЖЕРА ПО ПЕРСОНАЛУ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ИМИДЖ КОМПАНИИ

Елкина В.Н.,Омский государственный педагогический университет, Омск,
email: Elkina_v2004@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены основные этапы набора персонала, которые имеют ключевое значение в подборе квалифицированного персонала. Современные организации стремятся к увеличению эффективности труда, все это возможно лишь имея профессионалов в своей команде. Каждый менеджер по подбору персонала сталкивается с проблемой нехватки персонала. В статье автор дает пояснение понятию «набор персонала» и раскрывает внешние и внутренние источники. Основные этапы набора персонала, описанные в статье, позволят специалисту правильно скоординировать и осуществить процесс набора персонала. Когда менеджер начинает прописывать этапы, то у него выстраивается логическая цепочка, появляются вопросы, на которые необходимы ответы, и эти ответы может дать только непосредственный руководитель будущего сотрудника. Раскроем значимость работы менеджера по персоналу и его влияние на имидж компании при работе с кандидатом. Данная статья будет полезна как руководителям организации для понимания этапов набора персонала, так и для менеджеров по персоналу, которые хотят повысить свой профессиональный уровень и обеспечить организацию профессионалами своего дела.

Ключевые слова: набор персонал, персонал, квалифицированный персонал, поиск персонала, источники набора персонала.

THE IMPORTANCE OF THE WORK OF THE HR MANAGER AND ITS INFLUENCE ON THE IMAGE OF THE COMPANY

Elkina V.N.,Omsk State Pedagogical University, Russia, Omsk,
email: Elkina_v2004@mail.ru

Abstract. The article discusses the main stages of recruitment, which are of key importance in the selection of qualified personnel. Modern organizations strive to increase labor efficiency, all this is possible only by having professionals on their team. Every recruiting manager faces the problem of staffing shortages. In this article we will explain the concept of recruitment and reveal external and internal sources. The main stages of recruitment described in the article will allow a specialist to properly coordinate and implement the recruitment process. When a manager begins to prescribe the stages, a logical chain is built for him, questions appear that require answers, and these answers can only be given by the immediate supervisor of the future employee. We will reveal the importance of the work of an HR manager and its impact on the company's image when working with a candidate. This article will be useful both for organizational leaders to understand the stages of recruitment, and for HR managers who want to improve their professional level and provide the organization with professionals in their field.

Keywords: recruitment, personnel, qualified personnel, personnel search, sources of recruitment.

Одной из самых острых современных проблем в HR – это подбор персонала. Каждый менеджер по подбору персонала, руководитель отдела задается вопросом «Где найти адекватного, лояльного и, самое главное, профессионала своего дела?».

Цель исследования

Цель исследования: раскрыть понятие «набор персонала» и описать основные его этапы для качественного подбора персонала в организацию.

Материалы и методы исследования

Если мы обратимся к понятию «набор персонала организации», то можно найти такое пояснение – набор персонала заключается в комплектовании необходимого резерва кандидатов на все должности и специальности, из которых организация отбирает подходящих для нее работников. И здесь слово «подходящих для нее» является ключевым [5, с.181].

При организации набора персонала на ту или иную позицию менеджеру по персоналу необходимо описать этапы. Этапы набора персонала в организацию являются неотъемлемой частью. И очень жаль, что многие менеджеры по персоналу или руководители отделов не прописывают или не продумывают этапы набора персонала. Когда менеджер начинает прописывать этапы, у него выстраивается логическая цепочка, появляются вопросы, на которые необходимы ответы, и эти ответы может дать только непосредственный руководитель будущего сотрудника.

Первый этап заключается в появлении открытой вакансии. Для менеджера по персоналу это сигнал. Если компания посвящает в стратегическое планирование службу персонала, то этот этап может быть предвиден. Менеджер по подбору персонала, как правило, работает в команде, в которой есть и другие специалисты. Вакансия может открываться по разным причинам: увольнение сотрудника (здесь необходимо выяснить причину увольнения, которая может быть самой разнообразной и с подвигнуть к действию другого сотрудника службы персонала), появление новой должности, появление дополнительной ставки к существующей, перевод нынешнего сотрудника в другую должность, сезонный вид работ. Знать причину открытия вакансии необходимо для того, чтобы понимать по каким причинам открыта вакансия. Во-первых, специалист службы персонала будет знать, над чем и с чем работать. Во-вторых, многие кандидаты интересуются, почему появилась вакансия. В-третьих, если эта вакансия (должность, направление) новая, то и требования к кандидату могут отличаться от стандартных.

Второй этап. Техническое задание на кандидата. По вновь открывшейся вакансии необходимо встретиться с непосредственным руководителем для выяснения портрета сотрудника. Портрет сотрудника подразумевает, каким видит будущего сотрудника руководитель. На данном этапе важно очень подробно выяснить, чем будет заниматься кандидат, какие навыки, знания, умения ему понадобятся для качественного выполнения поставленных задач. Руководитель, рассказывая менеджеру по подбору персонала, сам начинает осознавать, кого он хочет видеть. Все данные лучше свести в заявку, где будут указаны максимально подробно все требования, условия, предложения по вакансии. Помимо требований, важно выяснить, какие обучения проводятся для данной вакансии, с какой периодичностью, возможно, есть промежуточные аттестации, возможность карьерного роста и другое. Все это необходимо для грамотного и интересного создания объявления о поиске.

Также на этапе просмотра вакансии часть соискателей может быть сразу отсеяна, а другая часть, наоборот, замотивирована. Чтобы избежать ошибок, все требования, условия необходимо очень тщательно обсудить. Возможно, это займет более длительное время и менеджеру по персоналу придется не один раз прийти к руководителю для уточнения всех нюансов.

Помимо всего менеджеру по подбору стоит обратить внимание на психоэмоциональную совместимость кандидата с непосредственным руководителем. Руководитель от будущего сотрудника ждет не только профессионализм, но и чтоб кандидат походил под его критерии, чтоб с ним комфортно было работать. Это самая сложная составляющая в поиске персонала.

В самом начале поиска, имеет смысл подобрать подходящих по критериям кандидатов и показать резюме руководителю. Попросить руководителя рассказать о сильных или слабых сторонах кандидата, или о «белых пятнах» в резюме. Все это поможет понять, кого хочет видеть руководитель. Иногда после таких встреч приходится вносить корректировки в объявление о поиске.

Третий этап. Написание текста вакансии. Многие менеджеры по персоналу очень поверхностно относятся к данному этапу. Объявление о вакансии — это тоже самое, что и дать рекламу товара. Задача объявления о вакансии быть высоко конверсионной. Для этого необходимо провести ряд мероприятий. Прежде чем писать текст, советую проанализировать на рынке труда объявления у конкурентов, или схожие вакансии. После этого для себя сделать табличку с сильными и слабыми сторонами. И те, и другие стороны будут присутствовать, главное их честно описать. Благодаря этому, будет понимание места предложения вакансии на рынке. Все плюсы необходимо показать в первую очередь, минусы, лучше перефразировать, но скрывать их нельзя, так как сотрудник о них в любом случае узнает, и адаптационный период может закончиться, так и не начавшись. Например, в объявлении не стоит писать, что режим работы с 7 утра, можно указать «ранний старт». В процессе собеседования кандидат может и согласиться приезжать на работу к 7 утра. Первое на что необходимо обратить внимание — это заработная плата. Указывать объявления без указания заработной платы не стоит. Конверсия таких объявлений падает в три-пять раз. При написании текста вакансии, поможет структура написания. Структура вакансии состоит из пяти пунктов.

1. Введение. О компании.

Это вводный абзац, где описывается вводная информация о компании, т.е. своего рода заочно знакомим соискателя с компанией. Как правило, указывают информацию о том, сколько лет компания на рынке, чем занимается, в зависимости от должности могут указываться амбиции компании, здесь же можно указать какого сотрудника ищет компания и в связи с чем. Из данного введения кандидат должен понять суть дальнейшего предложения. Ниже в описании вакансии будет много пунктов и кандидатов в обилии информации, как правило, тратит минимум времени на осознание сути предложения, благодаря вводной части, кандидату будет легче понять, какую информацию хотят до него донести. Имеет смысл в данном разделе указать, так называемые, «стоп факторы», прочитав которые, ненужные кандидаты не будут откликаться. Например, компания предлагает частичную занятость, или график 2 через 2, и т.д. Таким образом, будут отсекаются те кандидаты, которые заведомо «не проходные».

2. Должностные обязанности.

Под должностными обязанностями понимается то, чем будет заниматься будущий сотрудник. Здесь важно описать обязанности не со своей точки зрения, а с точки зрения потенциального кандидата. Таким образом, прочитав данный раздел, кандидат должен четко понимать, чем предстоит ему заниматься на данной работе

3. Условия.

После того как кандидат, понимает, что от него требуется, кандидату необходимо показать, что компания предлагает взамен. В данном разделе, как правило, указывается заработная плата, условия ее получения, график работы, различные дополнительные социальные гарантии от компании, этот пункт лучше описать максимально подробно, тем самым больше кандидатов будет откликаться. Кандидаты часто схожие вакансии сравнивают по условиям.

4. Требования.

В данном разделе описываем, какими критериями должен обладать кандидат. Если в начале объявления мы прилагаем усилия для привлечения, то здесь могут быть указаны отсеивающие факторы. Здесь важно не писать много пунктов и описывать сложно требования. Достаточно будет указать три критерия. Часто в данном пункте менеджеры по персоналу допускают ошибку. Цель нашего объявления, чтобы кандидаты откликнулись. Можно указать ключевые требования, без которых в принципе невозможно выполнение обязанностей, а дополнительные требования можно озвучить по телефону, в переписке, или на собеседовании.

5. Призыв к действию.

Данный раздел подразумевает фразу, которая подтолкнет к действию.

В тексте вакансии необходимо избегать «канцелярского языка», лучшего всего использовать «живое общение». Слишком официальные, перегруженные, сложно-подчиненные предложения необходимо заменять на более простые и понятные. Каждый раздел должен содержать не более пяти, а для сложных вакансий не более семи пунктов. Большие тексты, как правило, могут не дочитывать до конца, и перегруженное объявление может оттолкнуть толковых кандидатов.

Любое объявление о вакансии, необходимо тестировать. Если после размещения вакансии нет откликов, имеет смысл пересмотреть написание вакансии. Иногда достаточно перефразировать предложения, иногда меняется стиль написания вакансии в принципе.

Образец рекламного объявления о вакансии:

Мы ищем в нашу дружную команду водителя-курьера, если ты хочешь работать в стабильной и развивающейся компании, тебе к нам!

Компания Parts Direct — один из лидеров рынка по продаже запчастей для ремонта цифровой, компьютерной и бытовой техники. Компания более 10 лет на рынке. Входим в ТОП-150 крупнейших интернет — магазинов России. И стремительно развиваем сеть розничных магазинов. В марте мы получили награду от Яндексa в номинации «Выбор пользователей».

Мы предлагаем:

- Официальное оформление по ТК РФ;
- Стабильные выплаты заработной платы 2 раза в месяц;
- График работы 5/2 (выходные: сб/вс).
- Начало работы с 11:00 до 20:00 (освободились раньше — едете отдыхать);
- Компенсация ГСМ;

- Автомобиль не предоставляем;

Основные задачи:

- Доставка электронных негабаритных комплектующих по г. Новосибирск;
- Для работы Вам понадобится:
- Смартфон или планшет на базе Android от 4.3 до 10.0 (желательно).

Оставляйте свой отклик или звоните по указанному номеру, и мы обязательно пригласим Вас на собеседование!

Четвертый этап. На данном этапе происходит очное общение с кандидатами. Здесь менеджер по подбору персонала, используя анкетные данные, путем задавания вопросов, выявляет насколько кандидат подходит на данную вакансию. На собеседовании важно выяснить соответствие требованиям вакансии, которые были получены при написании технического задания на кандидата. Будущий руководитель может предъявлять много требований, но есть требования, без которых невозможно выполнение должностных обязанностей, они будут являться ключевыми. Далее необходимо выяснить финансовые ожидания кандидата. Это необходимо для того, чтобы в последствии была ясность в начислении заработной платы и ее размера. Для некоторых кандидатов, это может стать решающим фактором.

Далее необходимо разобраться с мотивацией кандидата. Необходимо выяснить, что интересно кандидату сейчас, что является движущей силой и сможет ли компания предоставить кандидату причины работать именно с ней. И, конечно, психологический портрет. Важно понять, вольётся ли человек в команду. Даже самый, казалось бы, идеальный кандидат может не сработаться с коллективом, не найти общий язык с начальством, а значит, работа была выполнена зря. Для того, чтобы кандидат максимально раскрылся на собеседовании, необходимо менеджеру по персоналу создать доброжелательную дружелюбную атмосферу. Любые ответы кандидата лучше фиксировать, чтобы ничего не упустить и в последствии принять правильное решение. Вести своего рода протокол. С кандидатом необходимо прощаться тепло и обязательно проговорить условия приема решения и сроки, в которые это решение будет принято. Важно, чтоб сроки ожидания для кандидата были максимально короткие. Так как длительные сроки могут привести к потере «подходящего» кандидата. Даже если кандидат не вызывает сомнений, лучше получить рекомендации от предыдущих работодателей. И только тогда принимать окончательное решение. Собеседование может проходить не в один этап, а в два или даже три. Кандидату об этом необходимо рассказать. И рассказать о каждом этапе с кем будут проходить дальнейшие собеседования, и к какому результату они должны привести.

Пятый этап. Это положительный результат работы менеджера по персоналу. Данный этап подразумевает прохождение кандидатом всех испытаний и приглашение его на работу. Необходимо учитывать, что если в данный момент кандидат еще работает, то, скорее всего, ему необходимо предупредить работодателя об уходе. Данный нюанс лучше узнать еще на стадии собеседования, чтобы руководитель понимал примерную дату выхода сотрудника на работу.

Результаты исследования и их обсуждение

При подборе персонала используют внешние и внутренние источники. Рассмотрим каждый из них.

К внутренним источникам поиска персонала относятся поиск кандидатов внутри компании или при содействии сотрудников, уже работающих в компании.

При открытии вакансии, всегда необходимо рассматривать возможность перевода сотрудника с одной должности на другую. Для это организуют внутренний конкурс. Конкурс может проходить негласно, это когда рассматривают кандидатов из кадрового резерва сотрудников компании. Конкурс может быть проведен и гласно, когда всем сотрудникам или части сотрудников рассылается информация об открытой вакансии, требований к ней, и условия конкурса. По результатам которого, принимается решение о переводе сотрудника в другую должность (не редко это повышение в должности).

Поиск персонала при содействии сотрудников, подразумевает рекомендательный рекрутинг. Когда всем сотрудникам объявляется вакансия со всеми условиями, и на данную вакансию сотрудники приводят своих знакомых или близких. Как правило, за приведенного кандидата, сотрудник получает вознаграждение. Определите, каким образом и в какие сроки награждать успешные рекомендации. Это может быть денежное вознаграждение, например, 30% от оклада, либо дополнительные оплачиваемые дни отпуска, ценные подарки, благодарственные письма, различные оплаченные мероприятия. Условия вознаграждения лучше прописать в соответствующем положении [1, с.7].

Программа поиска персонала силами сотрудников организации имеет ряд преимуществ. Например, так как сотрудники изнутри знают специфику деятельности, ее корпоративную культуру и другие важные детали, они, как никто, могут более качественно подобрать кандидатов. Кроме этого, сотрудник, который привел кандидата, по умолчанию берет на себя ответственность за качество его дальнейшей работы, а приглашенный в свою очередь несет ответственность не только перед работодателем, но и перед пригласившим его на работу. Такая дополнительная ответственность часто улучшает качество работы новичка, а поддержка пригласившего сокращает период адаптации [3, с.137].

Внешние источники поиска не связаны трудовыми отношениями с организацией. Наиболее часто для поиска персонала через внешние источники используют объявления в СМИ, объявления на радио или телевидении, различные плакаты и уличные объявления, услуги центра занятости, различные сайты по поиску работы, учебные заведения, поиск через кадровые агентства, поиск в организациях — конкурентах, социальные сети. Разберем некоторые из них.

При размещении вакансии в СМИ необходимо учитывать актуальность размещения. В данный момент многие печатные издания ушли в Интернет, а также рабочие сайты имеют большую популярность в поиске кандидатов. Но, тем не менее, к СМИ имеет смысл обращаться при поиске младшего технического персонала, так как, например, уборщица или дворник вряд ли будут ориентироваться на интернет в поиске работы. Все это так же можно отнести и к рекламным плакатам и уличным объявлениям [4, с.59].

Если в подборе используется размещение вакансии на радио и телевидении важно определить целевую аудиторию кандидатов и подобрать более популярный канал. Так же важно выбрать и время показа рекламы, лучше выбирать вечернее время.

Сайты для поиска работы — один из самых распространенных в настоящее время источников подбора персонала. В каждом городе есть свои популярные рабочие сайты. При выборе подходящего рабочего сайта, имеет смысл провести мониторинг цен и объем предлагаемых услуг. Это поможет выявить наиболее подходящий сайт для размещения вакансии.

Наибольшую популярность при поиске кандидатов имеют крупные социальные сети. Этот вид поиска имеет свою специфику. Но при грамотном подходе и регулярном размещении рекламных объявлений дает положительный результат [2, с.49].

Выводы

В заключении хотелось бы отметить, что поиск подходящего кандидата — это, своего рода, искусство. Для менеджера по подбору персонала важно еще при звонке потенциального кандидата создать комфортную атмосферу, не говоря о встрече с потенциальным сотрудником. Менеджер по персоналу — это «лицо компании», по которому кандидат будет судить о всей компании. Поэтому данный сотрудник просто не имеет право приходить на работу в плохом настроении. От качественного и творческого подхода к поиску персонала зависит, как скоро и насколько качественно будет закрыта та или иная вакансия.

Литература

1. Балаева Ю.И., Подбор персонала: инновационные персонал — технологии рекрутинга // Томский политехнический университет. 2015. С.6-7
2. Кирсанова А.Д. Персонал-технология подбора и отбора персонала // Документ в современном обществе: цифровая трансформация: материалы XIII Всероссийской студенческой научно-практической конференции, г. Екатеринбург, 3-4 апреля 2020 г. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. С. 48-50.
3. Красникова Я.В. Подбор персонала: современные технологии поиска и отбора персонала // Профессиональная ориентация. 2018 С.137-139.
4. Махмудова И.Н., Кульметьев Р.И., Подбор персонала: организация бизнес-процесса // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2017. № 2. С. 59-62.
5. Руди И.Ю., Калошина Т.Ю. Подбор персонала. Воронка подбора персонала // Инновационное развитие региона: интеграция управленческой науки и практики: Сборник трудов Межрегиональной студенческой научно-практической конференции. 2020. С.181-183.