

СТРАТЕГИЯ РЕКРУТИНГА

*Н. В. Кузеванова, студентка группы 10503321, ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент, О. Н. Монтик*

Резюме – в этой статье описаны несколько этапов улучшения стратегии найма и процесс усовершенствования собеседования для привлечения хороших работников.

Summary – this article describes several stages of improving the hiring strategy and the process of improving the interview to attract good workers.

Введение. В гонке за лучшими и самыми яркими талантами компании тратят много времени и ресурсов на то, чтобы найти и заполучить перспективных кандидатов. Но без надежной стратегии найма даже самые опытные могут потерпеть неудачи. Квалифицированные кандидаты, ищущие новые возможности, становятся все более искусными в открытии новых возможностей, когда дела, кажется, не складываются с самого начала. Надежный процесс найма является одним из наиболее важных аспектов успешного ведения бизнеса. Его отсутствие может стать серьезным сигналом тревоги для потенциальных кандидатов.

Основная часть. Для того, чтобы прийти к хорошему найму опытных сотрудников в современном мире, надо пройти несколько этапов.

1 этап. Создание четкого бренда работодателя. Для того, чтобы в компанию пришли потенциальные работники, необходимо грамотно позиционировать компанию на рынке: размещение качественной рекламы, создание положительного имиджа, и это приведет к популяризации бренда, устойчивого на рынке [1].

2 этап. Составление вакансии. Объявления о вакансиях часто являются первым впечатлением о самой компании, которое складывается у кандидата. Работодатель должен четко и понятно излагать, какой кандидат ему необходим на определенную должность. Расплывчатое описание, которое оставляет у соискателя больше вопросов, чем ответов, не поможет привлечь квалифицированных кандидатов. Они просто будут двигаться дальше.

Подробное описание четко объяснит роль, обязанности и квалификацию. Кандидат должен быть в состоянии увидеть себя успешно выступающим в этой роли и определить, могут ли его навыки соответствовать. Еще один способ описать портрет идеального кандидата – перечислить межличностные навыки, которыми должен обладать потенциальный работник компании, по мнению работодателя, так как это поможет кандидатам разумно оценить свое желание работать в данной компании и сопоставить свои внутренние качества с требуемыми в вакансии. Они могут включать что угодно, от адаптивности и мышления роста до трудовой этики и отношения к другим сотрудникам.

Если кандидат может представить, что он вписывается в компанию, это сделает его гораздо более значимым для реализации возможности [2].

3 этап. Усовершенствование процесса собеседования. Для получения максимальной отдачи от каждого разговора с потенциальным работником необходимо выстроить грамотный процесс собеседования, а также проанализировать должности на которые компания ищет работников, создать конкретный план собеседования с четкими и понятными вопросами.

Следует избегать шаблонных вопросов для интервью, которые не отражают культуру вашей компании или опыт сотрудников. Во время собеседования полезно использовать личностные оценки, которые могут дать представление о гибких навыках человека [3].

Заключение. Для построения эффективной стратегии подбора персонала следует начать с оценки существующей стратегии. Необходимо проанализировать какие навыки будущих сотрудников обеспечат максимальную рентабельность инвестиций для организации. Важны не только технические навыки, но и гибкие навыки, которые могут выделить кандидата из толпы.

Требуется оценка процесса собеседования и найма в данный период времени: оптимизирован ли он или хорошие кандидаты ускользают из компании из-за ее неэффективности? Какова текучесть кадров на данный момент? Если она высока, следует выяснить возможные пути изменения с менеджерами компании. Для более продуктивного и эффективного создания стратегии найма и анализа фирмы необходимо обсудить это с сотрудниками, особенно с недавно принятыми на работу, у которых еще свеж в памяти опыт найма.

Требуется разработка плана на основе выводов и поставленных целей для существующей команды. Это может включать проведение ежемесячных отраслевых встреч (виртуальных или личных) [1].

Четко прописанные требования работодателя о вакантном месте в компании, лучше отразит текущее рабочее место. Если стратегия подбора персонала продуманная и хорошо реализована, кандидаты мечты находятся в пределах досягаемости.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Московская академия продаж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://msksale.group/strategii-podbora-personala/>. – Дата доступа: 23.03.2022.

2. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cfin.ru/management/people/dev_val/personal_management.shtml. – Дата доступа: 23.03.2022.

3. Product university [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://productuniversity.ru/recruitment-strategy>. – Дата доступа: 23.03.2022.