

ОСОБЕННОСТИ РЕКРУТИНГА ПЕРСОНАЛА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Студент гр. 10302117 Артемчик Н.И.

Научный руководитель – ст. преподаватель Зеленковская Н.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

Подбор персонала (рекрутинг) – процесс, направленный на привлечение персонала, способного эффективно решать профессиональные задачи в процессе совместной деятельности.

В настоящее время понятие «рекрутинг» используется в широком и узком смысле (рисунок 1).



Рисунок 1 – Смысл понятия рекрутинг

Рекрутинговые технологии системно развиваются. До недавнего времени поиск кандидатов через выпускаемые печатные издания и сайты, ориентированные для поиска работы, были основным источником поиска. В настоящее время значимость социальных сетей в повседневной жизни людей заметно увеличилась, и они стали одним из важнейших пунктов в работе HR-менеджеров для поиска кандидатов [1].

В процессе реализации различных разновидностей рекрутинга используются три группы методов, которые представлены в таблице 1.

Социальный рекрутинг следует использовать так как это инструмент: бюджетного поиска профессионалов, стремительного распространения информации, современных коммуникации.

Таблица 1 – Методы, используемые в рекрутинге персонала

Методы рекрутинга персонала		
Традиционные	Дополнительные	Инновационные - digital-инструменты
<ul style="list-style-type: none"> - интервью - видеointервью - тестирование - центры оценки - смс-переписка - анкетирование - сайты объявлений и др. 	<ul style="list-style-type: none"> - диагностика способностей при помощи компьютерной программы - оценка соискателя по фотографии - графо-ассесмент - оценка голоса кандидата - оценка кандидата по итогам медосмотра и др. 	<ul style="list-style-type: none"> -чат-боты - digital-устройства с искусственным интеллектом -HR-аналитика - мобильные приложения - онлайн тестирование -программные комплексы и др.

Популярные варианты поиска работы представлены на рисунке 2.

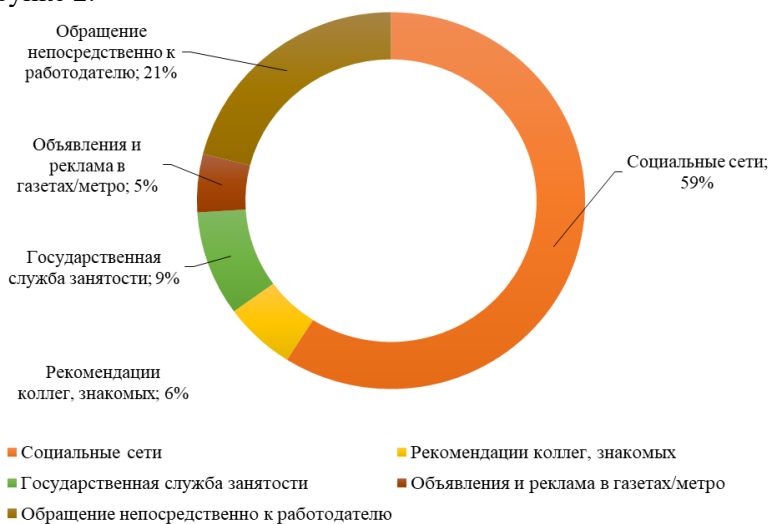


Рисунок 2 – Варианты поиска работы

Статистика показывает, что 59% соискателей ищут работу в социальных сетях, а 73% кандидатов в возрасте от 18 до 34 лет нашли работу с помощью социальных сетей.

Наиболее востребованные социальные сети для поиска кандидатов:

➤ Facebook, – это второй в мире ресурс по посещаемости, создает возможность огромного охвата аудитории. Данная сеть требует наличия контент-плана и чёткого понимания аудитории, охват публикаций растёт в зависимости от подписок и алгоритма новостей, которые подстраиваются специально под кандидата;

➤ LinkedIn – социальная сеть для профессионалов осуществляющих поиск и установления деловых контактов. Востребована у 93% HR-менеджеров для мониторинга и поиска кандидатов;

➤ Vkontakte – социальная сеть позволяющая легко преподносить любую информацию разной аудитории в независимости от ее специфики. Не имеет ограничений по публикациям, есть возможность рекламных публикаций, что создаёт большой охват аудитории;

➤ Instagram – социальная сеть, в которой ставка сделана на иллюстрации с акцентом на стиль, что делает сеть уникальным каналом. Также имеются рекламные записи;

➤ Twitter – хороший инструмент для коммуникации с кандидатами. Несмотря на то, что публикации можно сделать на 140 символов и одну картинку, здесь применяется схема вопрос-ответ, который сохраняется в ленте [2].

В заключении хочется добавить, что на предприятиях система рекрутинга всё более актуальна, так как новые методы подбора персонала не только совершенствуются, но и начинают заменять более традиционные методы, чем и доказывает свою эффективность. Наиболее эффективным методом можно назвать социальный рекрутинг.

Литература

1. Рекрутинг персонала в условиях цифровой трансформации современных организаций. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vaeel.ru/ru/article/view?id=1725>, свободный.

2. Гид по социальному рекрутингу. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://blog.potok.io/wp-content/uploads/2016/04/Social-Recruiting-Guide-by-HR-mag.ru_.pdf, свободный.