

ПОДБОР ПЕРСОНАЛА КАК ЦЕЛЬ РЕКРУТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Выполнил(а): Лебедева Татьяна Александровна
Студентка группы 303РСО
Факультета 30

1. ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА.

1.1. НАБОР ПЕРСОНАЛА.

НАБОР ПЕРСОНАЛА - МАССОВОЕ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В КАКУЮ-ЛИБО ОРГАНИЗАЦИЮ, С ЦЕЛЬЮ СОЗДАНИЯ НЕОБХОДИМОГО РЕЗЕРВА КАНДИДАТОВ НА ЗАМЕЩЕНИЕ ВАКАНТНЫХ МЕСТ.

Основные этапы работы с персоналом:

1. Планирование кадров.
2. Вербовка кадров.
3. Отбор кадров.
4. Определение зарплаты и льгот.
5. Профессиональная адаптация.
6. Обучение персонала.
7. Аттестация кадров.
8. Перестановка кадров.
9. Подготовка руководящих кадров.
10. Социальная защита персонала.

Основные принципы подбора:

1. **Принцип плановости** означает, что мероприятия, направленные на совершенствование кадрового состава, проводятся планомерно, исходя из плановой потребности в работниках и с учетом перспектив развития персонала и организации в целом.
2. **Принцип альтернативности** реализуется через привлечение в организации как можно большего числа соискателей.
3. **Принцип активного подбора** заключается в постоянной работе с потенциальными кандидатами на вакантные места в организации, применении активных методов поиска и вербовки персонала.

1.2. ВИДЫ ИСТОЧНИКОВ НАБОРА ПЕРСОНАЛА.

Внешние виды источников:

1. Привлечение кандидатов на вакантную должность по рекомендациям знакомых и родственников, работающих в компании;
2. «Самостоятельные» кандидаты — люди, занимающиеся поиском работы самостоятельно без обращения в агентства и службы занятости;
3. Реклама в СМИ;
4. Контакты с учебными заведениями;
5. Государственные службы занятости (биржи труда);
6. Кадровые агентства.
7. Услуги временного персонала

Внутренние виды

источников:

1. Выявление наиболее подходящих кандидатов из числа работающих на основании формальных характеристик (образование, профессия, стаж работы, возраст, пол и др.);
2. Формирование резерва персонала, из рядов которого впоследствии могут быть отобраны потенциальные кандидаты, соответствующие основным требованиям работы на вакантной должности;
3. Организация конкурсов на замещение вакантных должностей и информирование об имеющихся вакансиях и условиях участия в конкурсе работников предприятия.

1.3. МЕТОД HEADHUNTING.

Хедхантинг (от англ. headhunting - дословно "охота за головами") - это один из инструментов подбора персонала, подразумевающий выход на интересующих специалистов напрямую и переманивание их для компании-заказчика, т.е. изначально известны некоторые данные, такие, например, как компания, в которой может работать интересующий специалист, должность, которую он может занимать, имя и т.д.

Источниками информации для хэдхатеров:

- ▶ отчеты и брошюры, публикуемые организациями;
- ▶ отраслевые издания, публикующие рейтинги самых успешных руководителей и работников, а также, статьи, репортажи и прочие публикации;
- ▶ конфиденциальная сеть поиска.

2. ОТБОР ПЕРСОНАЛА.

2.1. ПРИНЦИПЫ И КРИТЕРИИ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА.

Отбор персонала – это процесс изучения психологических и профессиональных качеств работника с целью установления его пригодности для выполнения обязанностей на определенном рабочем месте или должности и выбора из совокупности претендентов наиболее подходящего с учетом соответствия его квалификации, специальности, личных качеств и способностей характеру деятельности, интересам организации и его самого.

Условия отбора:

- поиск и отбор кадров не должны рассматриваться как просто нахождение подходящего человека для выполнения конкретной работы; поиск и отбор должны быть увязаны с философией и практикой управления и с содержанием программ, реализуемых в сфере управления персоналом.
- необходимо принимать во внимание не только уровень профессиональной компетентности кандидатов, но и – что не менее важно – то, как новые работники будут вписываться в культурную и социальную структуру организации.
- необходимость учета всех требований трудового законодательства и обеспечения справедливого подхода ко всем кандидатам и претендентам на должность .
- ориентация на сильные, а не на слабые стороны человека и поиск не идеальных кандидатов, которых в природе не существует, а наиболее подходящих для данной должности;
- отказ в приеме новых работников независимо от квалификации и личных качеств, если потребности в них нет;
- обеспечение соответствия индивидуальных качеств претендента требованиям, предъявляемым содержанием работы (образование, стаж, опыт, а в ряде случаев пол, возраст, здоровье, психологическое состояние);
- ориентация на наиболее квалифицированные кадры, но не более высокой квалификации, чем это требует рабочее место .

2.1. ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА.

Основные этапы отбора:

- 1. Предварительное интервью.** Выясняются только лишь самые общие данные о кандидате (например, образование, внешний вид, определяющие личностные качества).
- 2. Заполнение бланка заявления и анкеты.** Число пунктов анкеты должно быть минимальным, и они должны запрашивать информацию, более всего влияющую на производительность труда претендента и общие сведения о претенденте (ФИО, дата и место рождения, адрес, контактный телефон, семейное положение, образование, опыт работы и др.). Вопросы могут относиться к прошлой работе и к складу ума, чтобы на их основе можно было провести психометрическую оценку претендента.
- 3. Тестирование.** тесты на способности и склонности (математические, логические и др.) психомоторные тесты (ловкость пальцев рук и др.) тесты на профессиональные знания и опыт; графологические тесты; проективные методики; личностные опросники; тесты на интересы.
- 4. Диагностическое интервью (собеседование)** позволяет оценить широкий набор качеств, необходимых для работы по предлагаемой вакансии: культурный уровень, ценностные ориентации и мотивацию кандидата, его деловые качества.
- 5. Проверка рекомендаций и послужного списка.**
- 6. Медицинское обследование.**
- 7. Принятие окончательного решения.**