

Конкурс «Лучшие кадровые технологии Санкт-Петербурга 2017»

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШАЯ КАДРОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА»

УЧАСТНИК КОНКУРСА

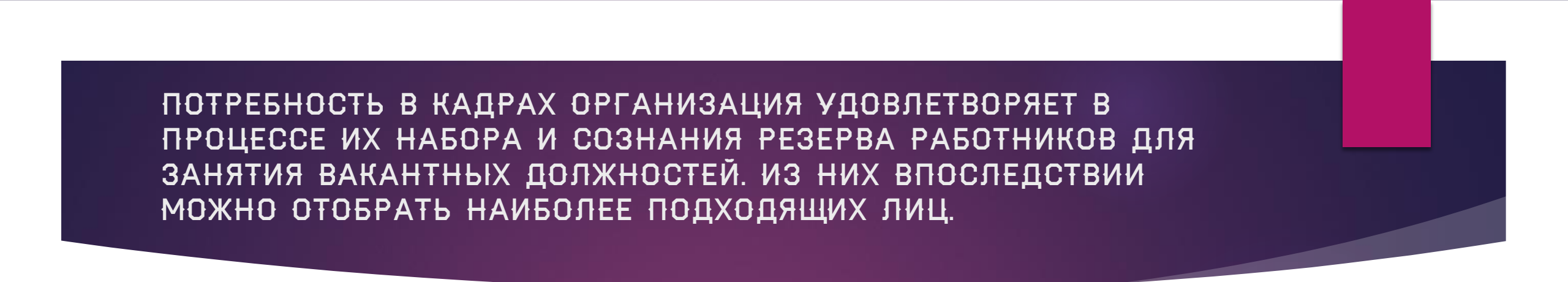
СПБ ГБУ ПМЦ «МИР»

ПРАКТИЧЕСКИ ЛЮБАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПОСТОЯННО ИСПЫТЫВАЕТ ПОТРЕБНОСТЬ В ПЕРСОНАЛЕ, НА КОТОРУЮ ВЛИЯЮТ РАЗЛИЧНЫЕ ФАКТОРЫ:

- ▶ **рыночные** (рост спроса на продукцию и услуги требует дополнительных людей для расширения производства);
- ▶ **технологические** (совершенствование оборудования обычно уменьшает число работников, необходимых для его обслуживания, и требует людей иных профессий);
- ▶ **квалификационные** (кадров высокой квалификации, как правило, нужно меньше);
- ▶ **организационные** (рациональность структуры организации и управления уменьшает потребность в персонале)
- ▶ **социальные** (текучесть персонала требует его постоянного пополнения);
- ▶ **государственная политика в области занятости** (ограничение труда тех или иных категорий работников и продолжительности рабочего времени ставит вопрос о наборе кадров)

НЕОБХОДИМОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРАКТИКЕ ПРЕДПОЛАГАЕТ:

- ▶ 1. Выработку стратегии привлечения, обеспечивающей согласование соответствующих мероприятий с общеорганизационной стратегией.
- ▶ 2. Выбор варианта привлечения (время, каналы, рынки труда).
- ▶ 3. Определение перечня требований к будущим сотрудникам, совокупности процедур, форм документов, методов работы с претендентами.
- ▶ 4. Установление уровня оплаты труда, способов и мотивации и перспектив служебного роста.
- ▶ 5. Осуществление практических действий по привлечению персонала.



ПОТРЕБНОСТЬ В КАДРАХ ОРГАНИЗАЦИЯ УДОВЛЕТВОРЯЕТ В ПРОЦЕССЕ ИХ НАБОРА И СОЗНАНИЯ РЕЗЕРВА РАБОТНИКОВ ДЛЯ ЗАНЯТИЯ ВАКАНТНЫХ ДОЛЖНОСТЕЙ. ИЗ НИХ ВПОСЛЕДСТВИИ МОЖНО ОТОБРАТЬ НАИБОЛЕЕ ПОДХОДЯЩИХ ЛИЦ.

Сами методы набора кадров могут быть активными и пассивными.

К активным обычно прибегают в том случае, когда на рынке труда спрос на рабочую силу, особенно квалифицированную, превышает ее предложение.

Лучшая кадровая технология в активном методе – вербовка, налаживание организацией контактов с теми, кто представляет для нее интерес в качестве потенциальных сотрудников, с целью побудить их к возможному дальнейшему сотрудничеству.

Намного менее эффективны презентации, которые как правило, привлекают случайных прохожих и лиц, живущих неподалеку, обычно из числа тех, кто ищет дополнительные заработки, например в качестве рекламных или торговых агентов, а следовательно об уровне квалификации здесь можно забыть.

Ярмарки вакансий в основном предназначены для людей желающих поменять работу, а на праздники и фестивали случайно могут заглянуть и высококвалифицированные работники, интересующие именно данной организацией.

В ОБЪЯВЛЕНИИ О ПРИЁМЕ НА РАБОТУ НЕОБХОДИМО ОТРАЖАТЬ СЛЕДУЮЩИЕ СВЕДЕНИЯ:

- ▶ особенности организации (наименование, местоположение, деятельность);
- ▶ характеристику должности (круг задач, место в структуре, перспективы роста);
- ▶ требования к соискателю (знания, опыт, квалификация, навыки, работоспособность);
- ▶ систему оплаты, льгот и стимулов;
- ▶ особенности процесса отбора (необходимые документы, сроки их подачи);
- ▶ адрес и контактные телефоны.

ЭТОГО БОЛЕЕ ЧЕМ ДОСТАТОЧНО ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ.

СОЗДАВАЯ ТЕХНОЛОГИЮ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ВАЖНО ОРГАНИЗОВЫВАТЬ:

- ▶ Необходимо тщательно анализировать количественный и качественный состав лиц, обратившихся по объявлению в организацию. Если в результате претендентов мало или нет совсем, нужно давать повторное объявление или снижать заявленные требования.
- ▶ Давать по неофициальным каналам сведения за 5-6 недель до официального объявления конкурса о наличии вакансии.
- ▶ Активно проводить вербовку и налаживание организацией контактов с теми, кто представляет для нее интерес в качестве потенциальных сотрудников.