

ПІДБІР НА ПОСАДУ НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Клецова Н. В., к.е.н., доцент

Сумський національний аграрний університет

У статті здійснено ґрунтовне дослідження застосування загальноприйнятого алгоритму підбору найманих працівників на вакантну посаду підприємств у сучасних умовах розвитку бізнесового середовища. Сформовано основні причини, які вказують на відмову працівнику щодо працевлаштування його на вакантну посаду. Виявлено основні переваги пошуку найманих працівників на вакантні посади у соціальних мережах, врахування яких дозволило автору запропонувати алгоритм пошуку HR менеджером претендента на вакантну посаду підприємства у соціальних мережах, що на відміну від існуючих підходів, включає п'ять основних етапів і застосування якого надасть можливість HR менеджеру організації уникнути етапу роботи з кадровими агентствами, скоротить витрати підприємства на підбір персоналу на вакантну посаду, дозволить сформувати резерв кадрів та водночас зробити процес підбору претендентів мобільним.

Ключові слова: *найманий працівник, підбір на посаду, HR менеджер, соціальна мережа, рекрутер, персонал, підприємство, алгоритм, працевлаштування.*

Постановка проблеми. Власники підприємств, яким притаманна риса мобільності знають, що існує прямий зв'язок між кваліфікованим працівником та методикою підбору на посаду такого найманого працівника. Більш того, щоб здійснювати раціональний підбір персоналу в організацію керівники підприємств розуміють, що наявність та володіння існуючими методиками це лише 50% успіху. Решта 50% залишається на сучасність та адаптованість таких методик до сьогоденних вимог бізнесового середовища. Тож дійсно постає питання: як професійно сформувати штат найманих

працівників підприємств, на які критерії доцільно звернути увагу, яким чином відрізнити підміну понять кваліфікованого та поінформованого працівника у певній сфері тощо. З огляду на вище зазначене, ми можемо говорити про те, що обрана тематика дослідження є нагальною і актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питання підбору на посаду найманих працівників із застосуванням соціальних мереж займалися такі закордонні науковці й практики, як Д. Бласінгем [1], А. Гош [2, с. 92–106], М. Ісааксон [2, с. 92–106], Д. Конред [2, с. 92–106], К. Охара [3], С. Серто [4], Т. Серто [4] та інші. Українськими науковцями дане поле питань залишається мало дослідженим. Однак практичний досвід функціонуючих вітчизняних підприємств доводить, що будь-які припущення і дослідження як науковців, так і практиків потребують ґрунтовного переосмислення та адаптації до сучасного практичного середовища.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є побудова альтернативного алгоритму пошуку HR менеджером претендента на вакантну посаду із застосуванням соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи питання підбору персоналу на конкретну посаду на підприємстві переважна більшість науковців говорить про певну послідовність або так званий алгоритм, якому необхідно притримуватись керівникам, менеджерам по управлінню персоналом або рекрутерам підприємств. Зокрема, такі науковці як О. Б. Данченко В. О. Занора, Ю. М. Кузьмінська, Л. С. Чернова [5, с. 89], М. В. Чорна, М. М. Білоножко [6, с. 70], А. В. Согрина, Т. М. Чернова [7, с. 85], здійснивши ґрунтовний аналіз наукових праць вітчизняних вчених, які приділяють увагу питанню підбору кадрів, дійшли висновку, що на сьогодні не існує чіткого розуміння того, як повинна виглядати процедура підбору найманих працівників для українських підприємств, щоб уникнути впливу суб'єктивізму під час підбору. І ми погоджуємося із думкою цих науковців, тому що, як правило, у працях вітчизняних вчених наукового та практичного характеру згадуються лише загальновідомі методи підбору найманих

працівників, наводиться процедура їхнього підбору в загальноприйнятому вигляді (рис. 1). І лише 5% праць містять опис формалізованих методик та методів.



Рис. 1. Загальноприйнятий алгоритм підбору найманих працівників на вакантну посаду

Джерело: побудовано автором на основі [5, 6, 7].

Так, на рис. 1 ми бачимо що на підприємствах має місце первинний відбір кандидатів за технічними і функціональними навичками, наче саме такі навички дійсно впливають на кінцеве рішення прийняття претендента на посаду. Відповідно до цього алгоритму ми також можемо говорити про те, що фахівці з підбору персоналу перевіряють кожного кандидата на відповідність лише для того, щоб переконатися, що обраний ними кандидат є ідеальним відповідно до паперових формальностей, а як виявляється – дана

особа погано ставиться до колег і взагалі дуже неприємна у спілкуванні. Однак насправді практика доводить, що оголошення про вакансії з довгими переліками навичок є безглуздими. Особа, яка повністю відповідає висунутим вимогам, може виявитися жахливим працівником, і навпаки – людина, яка відповідає вимогам лише на 20%, зможе ідеально виконувати поставлені завдання. Більш того, за дослідженнями, що були проведені гарвардськими психологами, встановлено: успіх у кар'єрному зростанні на 85% залежить не від рівня професійної підготовки особи, а від її індивідуальних якостей [7, с. 84]. Виникає питання: чому ж роботодавці прагнуть встановити величезний перелік вимог?

Чому просто не проводити співбесіди, під час яких можна надати ситуаційне завдання у сфері вакантної посади? Під час співбесіди уважний слухач, зокрема фахівець з рекрутингу, може дізнатися багато цікавого про попередні проекти претендента на посаду. При цьому варто усвідомлювати, що співбесіда не повинна обмежуватися банальними питаннями типу: “Скільки років ви користуєтеся Excel?” Це питання не надасть ніяких уявлень про те, що насправді відомо респонденту про цю програму.

Цікавим також є підхід підбору найманих працівників, коли кандидат може бути талановитим маркетологом, але якщо в найменуванні його посади ніколи не значилося слово “маркетинг”, HR менеджер ніколи про це не дізнається, якщо не поговорить з ним. Саме тому процес рекрутингу не повинен обмежуватися бездумним пошуком відповідностей. Більш того, розумні працівники швидко знайомляться з новими інструментами. Так, якщо підприємству необхідні гарні працівники, доцільно усунути загальноприйняті методи проведення співбесід і не відбирати резюме, застосовуючи пошук ключових слів.

За проведеними нами дослідженнями на підприємствах окремих областей Північно-Східного регіону України були виявлені п'ять основних причин, відповідно до яких не доцільно наймати працівників, навіть, якщо

вони ідеально відповідають вимогам переліку висунутого для претендентів на вакантну посаду (рис. 2).

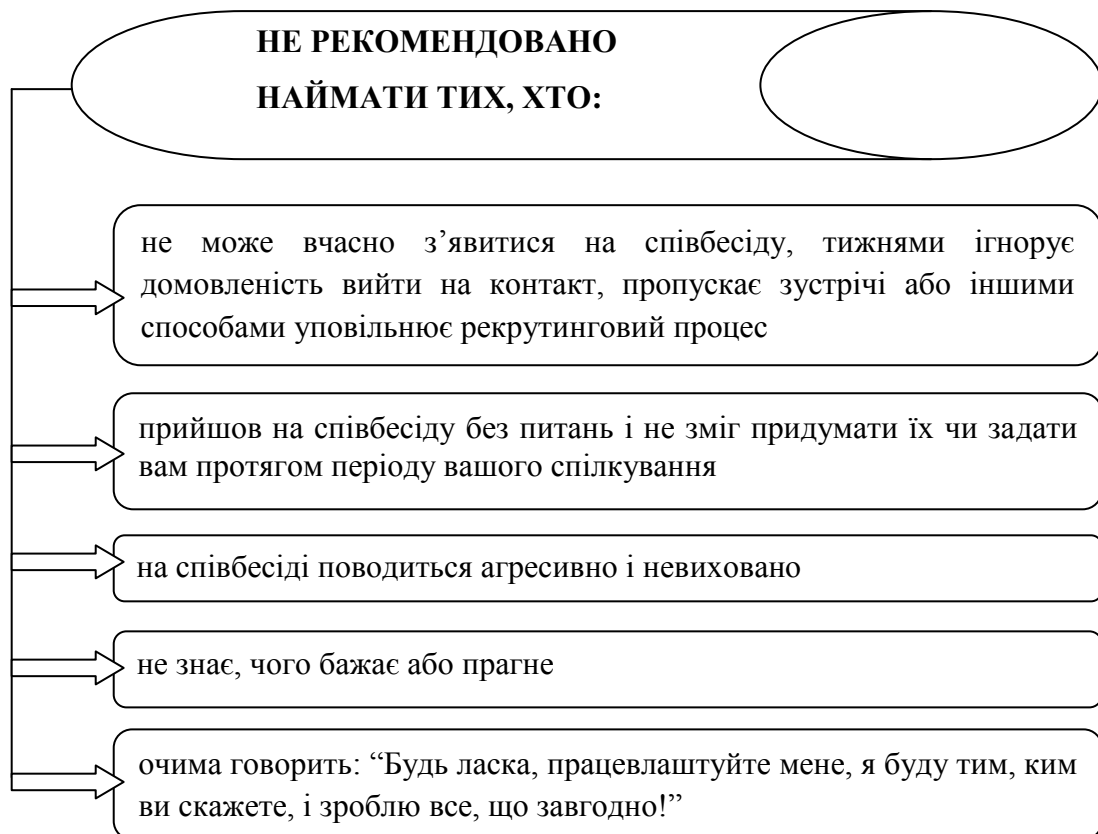


Рис. 2. Основні причини, які вказують на відмову працівнику щодо працевлаштування його на вакантну посаду

Джерело: власні дослідження автора, на основі проведеного експертного опитування у 2017 р. на семінарах "Підводні камені" у бізнесі підприємця" (опитувані – це 295 респондентів: керівники, HR менеджери, рекрутери підприємств Сумської, Харківської та Полтавської областей)

Визначені нами причини, обов'язково мають підґрунтя. Наприклад, якщо претендент тижнями ігнорує домовленість вийти на контакт, це означає, що у нього є й інші пропозиції. А нащо працевлаштовувати особу, яка завжди буде прагнути працювати на іншому підприємстві? Якщо HR менеджер хоче найняти розумних і зацікавлених працівників, він повинен пам'ятати, що допитливість – це дуже цінна якість. Питання до HR менеджера завжди повинні бути!

Говорячи про невихованість, ми не маємо на увазі незручні ситуації, які можуть трапитися з кожним. Мова йде про тих претендентів, які приходять

на співбесіду і поводяться зухвало. Рекрутери, HR менеджери можуть трактувати таку ситуацію наступним чином: на попередній роботі до цієї особи ставилися несправедливо. Доцільно її працевлаштувати і відноситися до неї краще, ніж попередній роботодавець, а претендент це оцінить. Як зазначило 84% респондентів, через три-чотири місяці такий працівник звільниться, а інші члени команди тривалий час змушені будуть долати стрес, викликаний його присутністю. Ми вважаємо, якщо претендент на вакантну посаду проявляє агресію на початковій стадії процесу рекрутингу, не потрібно його працевлаштовувати, навіть якщо він володіє винятковими технічними здібностями. Основний ресурс роботодавця – це командна, не можна дозволяти нікому її знищувати.

Якщо претендент на посаду взагалі не знає, чого бажає або прагне, то не варто на нього навіть витратити час. Доросла людина повинна керуватися принципом: “Де я хочу опинитися? і Чому я хочу навчитися?”.

Говорячи про жалість до працівника, будь-який HR менеджера повинен усвідомлювати, що кваліфіковані наймані працівники володіють здоровою самооцінкою. І якщо співрозмовник не знає собі ціну, він не зможе доповнити ні команду підприємства, ні принести позитивний дух для її майбутніх ідей.

Враховуючи результати проведених нами досліджень на семінарі “Підводні камені” у бізнесі підприємця”, і обмірковуючи висловлену думку молодих керівників підприємств (вікова категорія до 38 років) ми вважаємо, що саме сьогодні нагальності набуває додатковий моніторинг претендентів на вакантну посаду в соціальних мережах. Дійсно, соціальні мережі у підборі персоналу – інструмент достатньо новий, проте актуальний. Наприклад, HR-менеджерами функціонуючих сільськогосподарських підприємств Сумської та Харківської областей даний інструмент використовується на 16%, тобто не повною мірою. Причиною відторгнення, або неприйняття, соціальних мереж, як інструменту підбору найманих працівників на вакантну посаду є доступ до

переліку інших перевірених сайтів з працевлаштування. А в деяких організаціях доступ до соціальних мереж є взагалі закритим.

Для того, щоб усвідомити актуальність соціальних мереж у сучасному бізнесовому середовищі, розглянемо переваги, які надає нам даний інструмент (рис. 3).



Рис. 3. Переваги пошуку найманих працівників на вакантні посади у соціальних мережах

Джерело: власні дослідження автора

Звісно, що соціальні мережі не замінять традиційні сайти пошуку роботи, проте відмовлятися від них було б нерозумно. Так, по-перше, соціальні мережі надають ейчару (фахівцю по роботі з персоналом) набагато більше інформації, ніж сайти з підбору персоналу, де HR-менеджери можуть подивитися тільки резюме претендентів на вакантну посаду [3].

По-друге, у соціальних мережах є інформація про особисті уподобання та професійні позиції кандидата, про його переконання, спосіб життя та коло спілкування. Таким чином, HR-менеджери зможуть дізнатися, наскільки

добре обрана особа впишеться до робочого колективу і чи стане вона часткою команди підприємства. Водночас саме завдяки соціальним мережам менеджер з підбору персоналу може встановити контакт не тільки з тими претендентами, хто перебуває у пошуку роботи, а й з тими особами, хто на даний момент її взагалі не шукає, але може бути дійсно цікавим для розвитку організації. Отже, ми бачимо, що застосування соціальних мереж при підборі найманих працівників на посаду носить як короткострокові, так і довгострокові цілі.

Однак навіть застосовуючи даний інструмент підбору персоналу варто усвідомлювати, що на даний момент не існує універсальної мережі для пошуку найманих працівників усіх професій. Саме тому важливо розуміти специфіку кожної із них. Так, Facebook.com є “найширшою” мережею. Вона підходить для пошуку лінійних фахівців і менеджерів середньої ланки [1; 2, с. 97]. У Facebook є величезна кількість професійних співтовариств, але через те, що мережа створювалася і позиціонується як інструмент спілкування з друзями, процес пошуку роботи не є для зареєстрованих в ній користувачів пріоритетним. У той час як LinkedIn.com – мережа для становлення професійних контактів. У ній можна знайти як лінійних фахівців, так і топ-менеджерів. Зокрема, Professionali.ru – це російський аналог мережі LinkedIn. За її допомогою можна шукати фахівців різних галузей, причому переважна їхня більшість має досвід роботи у російських компаніях.

Окрему увагу слід акцентувати на соціальній мережі Moikrug.ru, яка дозволяє шукати працівників за рекомендаціями колег з області управління персоналом або кадрових агентств. У той час як мережа Nabrahabr.ru широко використовується фахівцями в галузі інформаційних технологій. Що стосується V Kontakte.ru, то завдяки даній соціальній мережі можна знайти різнопрофільних фахівців. Головне, правильно працювати з профільними групами.

На нашу думку, в умовах мобільності бізнесового середовища немає необхідності працювати з усіма зазначеними соціальними мережами.

Достатнім для ейчарів буде обрати лише два або три з них. Їх вибір залежить від того, кого їм необхідно буде підібрати і на яку вакантну посаду.

Відповідно до висловленої думки опитуваних респондентів нами також було встановлено, що 31% менеджерів з управління персоналом рекомендують для пошуку найманих працівників використовувати блоги і мікроблоги, такі як: livejournal.com, diary.ru, blogspot.com, blog.ru, liveinternet.ru, twitter, chikchirik, tumblr тощо. Основною їхньою перевагою є те, що активність блогера поза власним блогом легко відстежується пошукачами типу Яндекс (сервіс blogs.yandex.ru.)

Враховуючи те, що процедура пошуку претендента на вакантну посаду у соціальних мережах потребує певного алгоритму, ми пропонуємо зобразити його наступним чином (рис. 4).

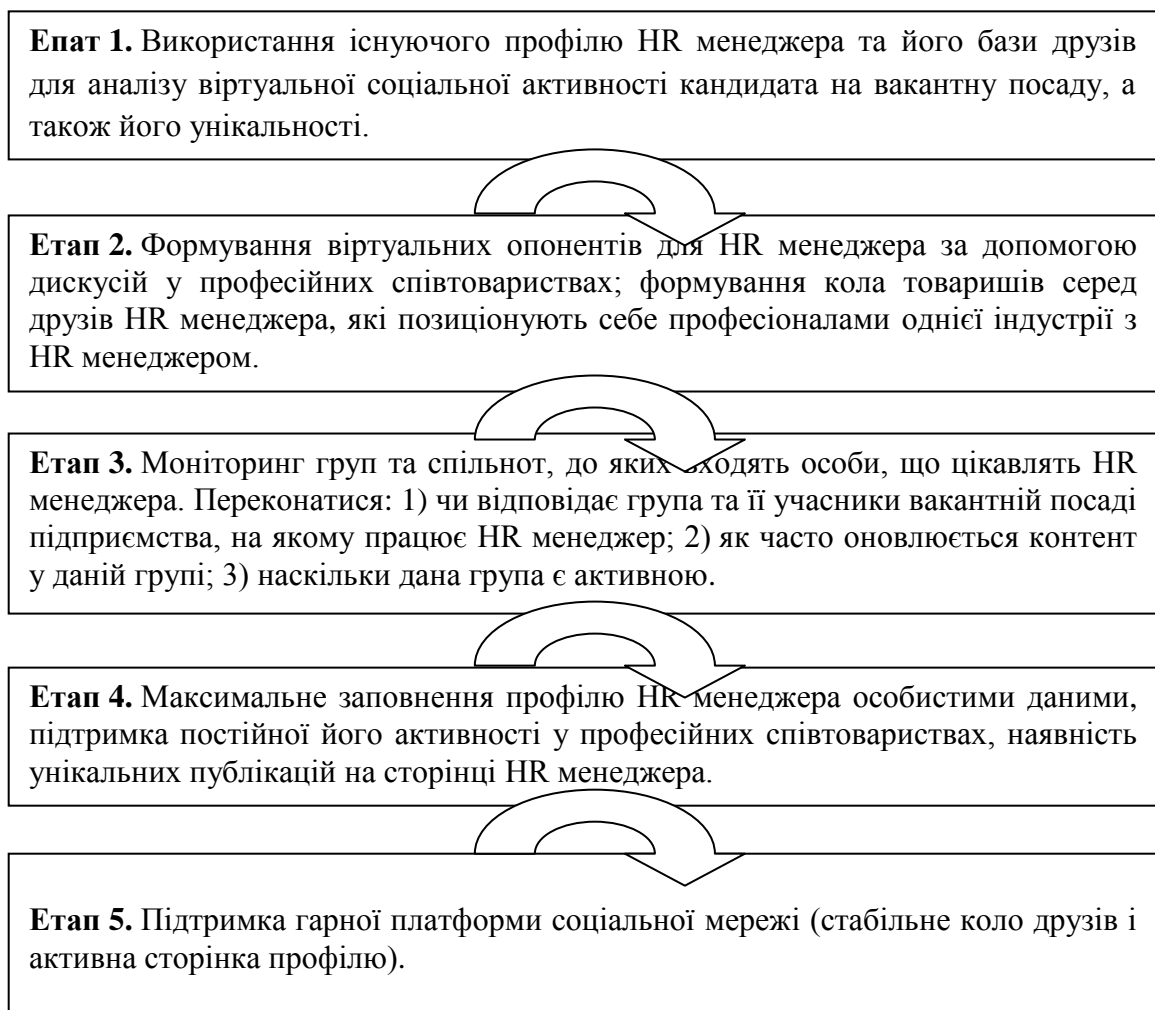


Рис. 4. Алгоритм пошуку HR менеджером претендента на вакантну посаду в соціальних мережах

Джерело: власна розробка автора

На рис. 4 ми бачимо, для того, щоб підбір на вакантну посаду відбувався ефективно, перш за все, необхідно використати існуючий профіль HR менеджера, у якому доцільно зазначити якомога більше особистої інформації. Крім того, має бути широка база друзів із колег, однокласників та знайомих для аналізу віртуальної соціальної активності кандидата на вакантну посаду, а також його унікальності.

Наступним етапом є процес формування віртуальних опонентів для HR менеджера за допомогою дискусій у професійних співтовариствах. Невід'ємною часткою даного етапу є формування кола товаришів серед друзів HR менеджера, які позиціонують себе професіоналами однієї індустрії з HR менеджером. При цьому, чим більшим буде кількість таких друзів у HR менеджера, тим вищим можна вважати його статус у соціальній мережі.

В рамках соціальних мереж HR менеджеру необхідно скористатися групами та спільнотами, до яких входять особи, що цікавлять HR менеджера. При цьому саме HR менеджер повинен впевнитися: 1) чи відповідає група та її учасники вакантній посаді підприємства, на якому він працює; 2) як часто оновлюється контент у даній групі; 3) наскільки дана група є активною. Практикою доведено, що знайомства HR менеджеру краще започатковувати в процесі спільного обговорення професійних питань.

Для ефективного пошуку найманих працівників у соціальних мережах не достатньо просто завести аккаунт. Профіль HR менеджера повинен бути максимально заповненим особистими даними, більш того він повинен бути постійно активним у професійних співтовариствах, на сторінці HR менеджера має бути наявність унікальних публікацій. Під унікальністю варто розуміти власну думку, погляд або враження щодо конкретної проблеми, із зазначенням зацікавленості у сфері професійного спрямування найманого працівника.

Завершальним етапом ефективного підбору персоналу із застосуванням соціальних мереж є те, що має відбуватися безперервний процес підтримки

гарної платформи соціальної мережі, зокрема мова йде про стабільне коло друзів і активну сторінку профілю. Так, застосування соціальних мереж надасть можливість кардинально змінити існуючий процес підбору найманих працівників на вакантну посаду.

Висновки. Таким чином, проведені нами дослідження дозволяють зробити висновок про те, що в сучасних умовах розвитку бізнесового середовища загальноприйнятий алгоритм підбору найманих працівників на вакантну посаду підприємств повинен бути адаптованим до сьогоденних умов функціонування організацій. Виявлені нами переваги пошуку найманих працівників на вакантні посади у соціальних мережах дозволили запропонувати алгоритм пошуку HR менеджером претендента на вакантну посаду в соціальних мережах. На відміну від існуючих алгоритмів, застосування даного алгоритму надасть можливість HR менеджеру та керівнику організації уникнути етапу роботи з кадровими агентствами, скоротить витрати підприємства на підбір персоналу на вакантну посаду, дозволить сформувати резерв кадрів та водночас зробити процес підбору претендентів мобільним.

Список використаних джерел:

1. Blasingame J. Motivating Employees Is Good Business [Electronic resource] / Jim Blasingame // Forbes. – Aug 7, 2015. – Access mode: <http://www.forbes.com/sites/jimblasingame/2015/08/07/motivating-employees-is-good-business/#3f4a847d1bb1>.

2. Conrad D. Employee motivation factors: A comparative study of the perceptions between physicians and physician leaders / David Conrad, Amit Ghosh, Marc Isaacson // International Journal of Public Leadership. – 2015. – Vol. 11, Iss. 2. – P. 92–106.

3. O'Hara C. How to Get an Employee to Work Faster [Electronic resource] / Carolyn O'Hara // Harvard Business Review. – January 03, 2017. – Access mode: <https://hbr.org/2017/01/how-to-get-an-employee-to-work-faster>.

4. Certo S. C. Modern management: concepts and skills [Electronic resource] / Samuel C. Certo, S. Trevis Certo, 12th ed. – New Jersey: Prentice-Hall, Upper Saddle River, 2012. – 658 p. – Access mode: <https://jakanugraha.files.wordpress.com/2015/08/modern-management-12e.pdf>.

5. Занора В. О. Методика підбору кадрів з врахуванням організаційних ризиків / В. О. Занора, Л. С. Чернова, Ю. М. Кузьмінська, О. Б. Данченко // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2013. – №1(45). – С. 88–94.

6. Чорна М. В. Підбір персоналу на підприємстві: системний та процесний підходи / М. В. Чорна, М. М. Білоножко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2013. – Вип. 1(2). – С. 69–76.

7. Согрина А. В. Особенности современных нетрадиционных методов отбора персонала / А. В. Согрина, Т. М. Чернова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. – 2010. – Вип. 8. – Ч. 2. – С. 84–89.

Рецензент – д.е.н., професор Борисова В. А.