

УДК 331.44

**К. В. Бородина,**факультет экономики, менеджмента, сервиса и туризма  
Омский государственный педагогический университет, Омск  
Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент В. Н. Елкина

## Использование активных методов привлечения персонала в условиях развития цифровой экономики

В данной статье раскрыта суть понятия активных методов набора персонала, а также последствия, к которым они приводят. Актуальность темы обусловлена тем, что тенденция современной экономики к непрерывным динамичным изменениям не всегда позволяет понимать всю суть происходящих явлений, из-за чего они происходят, и что следует ожидать, невзирая на все это через призму общественного мнения.

*Ключевые слова:* набор персонала, Интернет, кандидат, методы набора персонала.

Управление персоналом является сложной и многофункциональной сферой деятельности в каждой организации. Особое внимание уделяется процессу набора кадров для пополнения штата сотрудников. Подбор новых сотрудников является гарантией успешного функционирования организации. Достижение предприятием поставленных целей напрямую зависит от эффективности работы по набору, отбору и найму сотрудников, что составляет кадровую политику, реализуемую каждой организацией. В то же время в наши дни происходит стремительное развитие цифровых технологий, что требует пересмотра подходов к подбору персонала и его управлению в целом. Развиваясь, условия цифровой экономики требуют правильного и тщательного выбора методов подбора персонала, для успешной работы организации.

Активные методы привлечения персонала используются в случаях, если рынок труда нуждается в квалифицированной рабочей силе. В первую очередь, активные методы подразумевают налаживание организацией контактов кандидатами, представляющими интерес в качестве потенциальных сотрудников.

Активные методы привлечения персонала:

1. Непосредственное направленное привлечение кандидатов, представляющих интерес для организации. Этот способ реализуется в государственных службах занятости, в учебных заведениях, в рекрутинговых и кадровых агентствах и даже на конкурирующих предприятиях.

2. Организация презентации фирмы (расчета на случайные связи).

3. Участие в ярмарках вакансий, проводимых местными властями (обеспечение привлечения лиц массовых профессий).

4. Проведение праздников и фестивалей (предназначено для высококвалифицированных специалистов, интересующихся данной фирмой).

Вышеперечисленные методы набора кадров являются актуальными в применении к работникам массовых профессий со средним и низким уровнем квалификации. С целью привлечения специалистов с узконаправленной специальностью целесообразно использовать иные методы вербовки.

В условиях развития цифровой экономики самым популярным активным методом поиска и набора работников является Интернет. Связано это с незначительными денежными затратами, в сравнении с другими методами, а также широкая распространенность всемирной сети и высокая скорость передачи информации. Но, к сожалению, данный метод не всегда приносит ожидаемый результат, способный полностью покрыть потребности работодателя [5, с. 21].

Как и любой метод подбора персонала, поиск персонала через интернет имеет свои достоинства и недостатки. Основное достоинство поиска персонала через Интернет, заключается в том, что в основном сайты для размещения вакансий и резюме являются бесплатными, можно заранее заочно «отсеять» неподходящих кандидатов, так как на сайте присутствует поиск по ключевым словам, критерии, заметки, благодаря которым можно значительно сэкономить время поиска.

Недостатком же будет являться огромный поток информации, среди которой порой затрудни-

тельно найти подходящего кандидата. Сайты содержат большое количество резюме, которые следует проверить на достоверность и подлинность предоставленной информации, что в то же время отсрочит срок поиска сотрудника. Если же говорить о размещении вакансий самостоятельно, то необходимо постоянно следить за ее обновлением, так как она может затеряться среди постоянно появляющихся вакансий от других работодателей.

Также стоит сказать, что следует уделять должное внимание составлению самого текста вакансии. Прежде чем ее составлять, необходимо определить ключевые качества сотрудника, который нужен организации, составить его портрет и наделить теми компетенциями, которые бы смогли полностью удовлетворить вакансию. Следует прописать для будущего сотрудника функции и обязанности, написать должностную инструкцию (некоторые специалисты-кадровики советуют также прописывать рабочие инструкции для рабочих специальностей). Из предыдущих действий необходимо вывести необходимые требования, которые в свою очередь должны соответствовать функциям: ведь часто в требованиях указано знание иностранного языка, а на практике сотрудник свои знания не реализует и теряет языковую практику. Чем больше полезной информации указывается в объявлении, тем выше вероятность отклика от тех соискателей, которые соответствуют всем требованиям и готовы к данной работе.

Еще одним способом поиска сотрудников через Интернет может являться просмотр форумов и специализированных сайтов, где люди, обладающие определенными компетенциями, могут вести обсуждение на разные темы. Но в то же время следует думать об актуальности таких форумов в наши дни.

В случаях, когда рабочее место является ценным, но нет достаточного количества времени на поиски достойного кандидата, организация прибегает к услугам рекрутинговых агентств. В отличие от бирж труда, затраченное на ожидание время чуть больше, но окупается высшим уровнем квалификации у нанимаемого работника. Заказчик (компания-работодатель) оплачивает услуги рекрутеров только после принятия предложенного специалиста на работу. Если случится так, что кандидат будет уволен ранее истечения испытательного срока, рекрутеры обязаны безвозмездно найти замену данного сотрудника. Выполнение этого условия дает гарантию решения кадровой проблемы, даже в случае неудовлетворенности работой кандидата.

Существующие методики дают возможность организовать целевой поиск кандидатов, даже если

профессионалы такого рода не предоставляют свои данные базам данных агентств.

Хедхантинг — вербовка лучших работников у конкурентов и других организаций. Хедхантер находит подходящего человека, и становится посредником между работником и заказчиком, затем он проводит встречу для проведения переговоров и в случае их успешного проведения получает оплату за выполненную работу. Но, к сожалению, такой метод поиска персонала для заполнения вакантных мест, имеет ограничения и ряд негативных последствий:

- отсутствие карьерного роста, причиной которого становится подавленность мотивации у работников;

- пониженная приверженность работников к своему месту работы;

- падение авторитета начальства;

- проблемы с налаживанием контакта и эффективного взаимодействия в коллективе;

- разлад психологического климата компании.

Необходимость активной работы по набору персонала в значительной мере определяется разницей между уже существующей рабочей силой и потребностью в ней в перспективе. При этом стоит учитывать такие факторы, как выход работников на пенсию, текучесть кадров, увольнения в связи окончанием действия договора или вовсе неудовлетворенность работой сотрудника [2, с. 41].

Таким образом, можно прийти к выводу, что поиски и набор персонала — это ряд взаимосвязанных мероприятий, которые направлены на привлечение работников, обладающих качествами, необходимыми для достижения целей, стоящих перед организацией и являются трудоемкими и продолжительными во времени процессами. С поиска и приема на работу начинается управление персоналом. Набор заключается в комплектации резерва кандидатов на все должности и специальности, требующие замещения, затем из такого резерва отбирают наиболее подходящих для нее сотрудников. Эта работа должна проводиться по всем специальностям — конторским, производственным, техническим, административным. И осуществить данный процесс можно благодаря использованию сети Интернет наравне с традиционными методами подбора персонала. А в связи с установкой Президента Российской Федерации на переход страны к наукоемким и цифровым технологиям все большее число населения, будет активно использовать Интернет или местные и региональные сети, поэтому необходимо четко и грамотно расставить приоритеты в методах поиска высококвалифицированного персонала.

1. *Беликова И. П.* Управление персоналом : учеб. пособие (краткий курс лекций). — Ставрополь : Ставропольский гос. аграрный ун-т., 2014. — 64 с.
2. *Волгина Н. А., Одегова Ю. Г.* Экономика труда: социально-трудовые отношения. — М. : Экзамен, 2014. — 736 с.
3. *Деркач А. А., Калинин И. В.* Стратегия подбора и формирование управленческой команды. — М. : Изд-во РАГС, 2016. — 471 с.
4. *Кибанов А. Я.* Основы управления персоналом : учеб. — 2 изд., перераб. и доп. — М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 447 с.
5. *Шекина С. В., Ермошкин Н. Н.* Стратегическое управление персоналом в эпоху Интернета. — Изд. 6-е, перераб. и доп. — М. : Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2002. — 160 с.