

MANAGEMENT

 DOI 10.51582/interconf.19-20.03.2024.006

Сутність рекрутингу та характеристика основних його інструментів

Безпалько Олена Вікторівна¹,
Панасюк Дар`я Олександрівна²

¹ кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки праці та менеджменту;
Національний університет харчових технологій; Україна

² студентка IV курсу;
Національний університет харчових технологій; Україна

Анотація.

визначено сутність рекрутингу як економічного поняття, розкрито його історичні витоки та роль в досягненні успіху підприємства; виокремлено мету та завдання рекрутингу, охарактеризовано основні методи та моделі рекрутингу, наведено приклади застосування різних інструментів підбору персоналу на конкретних підприємствах.

Ключові слова:

рекрутинг
методи рекрутингу
моделі рекрутингу

MANAGEMENT

«Рекрутинг» є загальноживаною категорією менеджменту персоналу. Його корені належать до латинського слова «recruitare», що означає «знову збирати» або «набирати знову». Історичні витoki терміну «рекрутинг» пов'язані з військовою службою. Перші згадки про рекрутинг відносяться до середньовіччя, коли великі армії рекрутувалися для забезпечення безпеки та військових дій. Такий рекрутинг здійснювався шляхом обов'язкового призову громадян у військову службу, або за допомогою контрактних угод, де особи приймали присягу на службу у війську.

З плином часу із зростанням промисловості та розвитком підприємництва виникла потреба в наймі працівників для цивільних підприємств. Це призвело до появи сучасного рекрутингу, спрямованого на відбір та найм працівників для підприємств.

Перші професійні рекрутери, які працювали в цивільних сферах, зазвичай були залучені для пошуку робітників у сільському господарстві та промисловості. З розвитком індустрії та технологічними зрушеннями в 20-ому столітті, рекрутери стали гравцями на ринку праці в різних галузях та працювали з різними фахівцями.

Сьогодні рекрутинг це складний процес, який включає в себе велику кількість методів, інструментів, стратегій і використовується в різних сферах для найму та залучення талантів [1].

Мета рекрутингу полягає в залученні і відборі найкращих кандидатів для вакансій на підприємстві або в організації. До основних завдань рекрутингу можна віднести наступні:

- заповнення вакансій – знаходження і повернення кандидатів, які відповідають вимогам і потребам конкретних вакансій на підприємстві;

- забезпечення якості відбору – рекрутинг спрямований на залучення кандидатів із необхідними навичками, досвідом та кваліфікацією, які сприятимуть високоякісному виконанню роботи та досягненню бізнес-цілей;

- підвищення продуктивності – вдалий рекрутинг допомагає забезпечити наявність компетентних та ефективних співробітників, що може позитивно позначитися на продуктивності та конкурентоспроможності підприємства;

- зниження витрат – ефективний рекрутинг допомагає зменшити витрати, пов'язані з пошуком і наймом персоналу,

MANAGEMENT

оскільки дозволяє швидше та ефективніше заповнювати вакансії;
– створення бренду-роботодавця – рекрутинг сприяє створенню і підтримці позитивного бренду-роботодавця, який може привертати талановитих кандидатів та сприяти їх творчості та інноваціям, їх розвитку та зростанню в організації на довгостроковій основі.

Отже, мета високоякісного рекрутингу полягає в створенні ефективного процесу відбору та найму, який відповідає потребам підприємства, сприяє розвитку бізнесу та забезпечує наявність якісного персоналу. Сьогодні залучення та утримання висококваліфікованих працівників це ключ до успіху будь-якого підприємства.

Існує досить багато методів рекрутингу, які підприємства та організації можуть використовувати для пошуку та найму кандидатів. [2]. До стандартних можна віднести такі, як оголошення вакансій на веб-сайтах компанії; рекрутингові агентства; оголошення вакансій на спеціалізованих робочих платформах; соціальні мережі; внутрішні рекрутингові програми; рекрутингові заходи і ярмарки вакансій, рекрутингові чат-боти, таргетинг, рекрутингова програма рефералів, пошук кандидатів через соціальні мережі тощо. Всі ці методи можуть бути використані окремо чи в певних комбінаціях для досягнення мети – вибору найкращих кандидатів для вакансій на підприємстві.

До нестандартних методів, їх ще називають неформатними відносять різні креативні та інноваційні інструменти підбору персоналу, які вимагають від кандидатів «виходити» за межі стандартних шаблонів. Наведемо приклади застосування таким методів.

Компанія Meta, використовує для підбору програмістів, що спеціалізуються на інформаційній безпеці та розробці програмного забезпечення такий нестандартний інструмент як «Задача для хакера». Основна ідея цього засобу полягає в тому, що кандидатам надають реальні або симуляційні завдання з області кібербезпеки, програмування або інженерії. Завдання можуть включати знаходження вірусів у системі, розробку алгоритмів для вирішення складних завдань чи навіть вдосконалення існуючих систем. Крім того, кандидатам надається обмежений час для вирішення цих завдань.

Zappos – відомий онлайн-роздрібний магазин взуття та

MANAGEMENT

аксесуарів, проводить «незвичайні співбесіди» для кандидатів, спрямовані на оцінку творчого мислення та спроможності до адаптації. Наприклад, під час співбесід використовують такі питання:

– Як би ви пояснили пересічному громадянину, що таке мікрохвильова піч? Це запитання спрямоване на те, як кандидат може виявити свою здатність роз'яснити складні концепції простими словами.

– Якби ви були фруктом, яким б ви були і чому? Це запитання розроблене для виявлення креативності та аналітичних здібностей кандидата.

– Покажіть, як можна би використовувати вантажівку для перевезення слонів по Сполучених Штатах. Це запитання вимагає від кандидата творчого мислення та аналітичних навичок.

Завдяки таким запитанням HR-фахівці намагається виявити кандидатів, які мають гнучкість мислення, готовність до вирішення складних завдань та здатність розв'язувати проблеми творчими методами. Крім того, ці співбесіди відображають корпоративну культуру даного підприємства, яка цінує творчість та інновації.

Компанія Google дуже часто застосовує співбесіди, під час яких кандидатам задають «загадки та головоломки», які вимагають логічного та креативного мислення. Кандидатам можуть задавали питання на кшталт:

– Скільки гольфових м'ячів поміщається в літак Boeing 747? Ця загадка спрямована на оцінку аналітичних навичок кандидата. Вона не має однозначної відповіді, але вимагає логічного підходу до оцінки обсягу та простору.

– Як би ви зважили Ейфелеву вежу без використання ваги? Це питання спонукає кандидата розглянути нестандартні способи вирішення проблеми, наприклад, використання вітру чи інших фізичних параметрів для оцінки ваги.

– Як розділити 9 куль на 3 коробки, так щоб у кожній було по 3 кулі, і при цьому не відкривши жодної коробки? Ця головоломка спрямована на креативність та здатність дійти до нетрадиційного рішення.

Ці загадки та головоломки розроблені для оцінки різних аспектів когнітивних навичок кандидатів, включаючи логічне та креативне мислення, здатність до розв'язання складних завдань та роботу під час обмеженого часу.

MANAGEMENT

Перелічені приклади свідчать, яке значення сьогодні має креативне мислення при наймі на роботу.

Існує декілька моделей рекрутингу, які підприємства можуть використовувати для повертання і відбору кандидатів. Вибір моделі зазвичай залежить від особливостей підприємства та його потреб в наймі персоналу. Розглянемо ці моделі детальніше.

Внутрішній рекрутинг (Internal Recruiting) передбачає найм працівників для нових вакансій із власного персоналу підприємства. Ця модель сприяє розвитку та збереженню власних талановитих працівників.

Зовнішній рекрутинг (External Recruiting) передбачає пошук та найм кандидатів, які не є працівниками підприємства. Інструментами зовнішнього рекрутингу можуть виступати різні оголошення вакансій, використання рекрутингових агентств, співбесіди зі зовнішніми кандидатами, інтернет-платформи для повертання та відбору талановитих фахівців тощо.

Активний рекрутинг (Active Recruiting) – ця модель включає активний пошук та звертання до потенційних кандидатів, які можуть взагалі не шукати роботу, або шукати її не дуже активно [3]. Ці дії можуть бути здійснені через мережу контактів, соціальні мережі та спеціальні ресурси, а також шляхом запрошення потенційних кандидатів на індивідуальні співбесіди, навіть якщо вони не подавали заявки на вакансії. Така модель рекрутингу дає можливість виявити талановитих фахівців і обговорити можливості подальшої співпраці.

Пасивний рекрутинг (Passive Recruiting) полягає в створенні спеціальних умов для того, щоб потенційні кандидати самі проявляли інтерес до роботи на даному підприємстві. Це в першу чергу стосується роботи над репутацією компанії, створенню позитивного бранда роботодавця, потужною присутністю інформації про підприємство та можливостей розвитку кар'єри потенційних працівників на теренах Інтернету. Переломним моментом для пасивного рекрутингу і, водночас, джерелом можливостей стала поява професійних соціальних мереж [3].

Інноваційний рекрутинг (Innovative Recruiting) використовує новаторські інструменти, технології та підходи для пошуку та повертання кандидатів, в першу чергу це використання можливостей штучного інтелекту, аналітики даних, відеорежиму, різних тестів, ігрових або симулятивних онлайн-платформ тощо. Інновації у рекрутингу стають все більш

MANAGEMENT

важливими, оскільки підприємства конкурують за таланти на ринку праці.

Рекрутинг у великих обсягах (Bulk Recruiting) – це коли підприємства, шукають достатньо велику кількість робітників на короткий термін. Прикладом застосування такої моделі можуть бути підприємства, які працюють у сфері роздрібною торгівлі та гостинності і залучають одночасно велику кількість тимчасових працівників перед великими святами.

Інтернаціональний рекрутинг (International Recruiting) ця модель застосовується компаніями, які шукають кандидатів з-за кордону або виводять свій бізнес на міжнародний рівень.

Є очевидним, що вибір моделі рекрутингу повинен відповідати потребам та цілям організації, а також характеру вакансій, які необхідно заповнити. Зазвичай підприємства використовують комбінацію різних моделей, щоб забезпечити найбільш успішний процес найму.

Отже, рекрутинг – це важливий процес для будь-якого підприємства, який передбачає відбір та залучення найкращих та найбільш відповідних кандидатів для вакансій. Він вимагає не лише вибору найкращих кандидатів, але й створення відповідної атмосфери для розвитку та збереження цих талантів у майбутньому. У сучасному бізнес-середовищі підприємства вдосконалюють свої рекрутингові практики, використовуючи різні інноваційні підходи, технології та стратегії для залучення кандидатів, що дає змогу підвищити шанси знайти найкращих кандидатів для своїх вакансій, забезпечити вищу якість та ефективність свого персоналу та в кінцевому рахунку суттєво вплинути на успішність підприємства та його конкурентоспроможність.

References:

- [1] Цибалюк С. О. Рекрутинг персоналу: підручник. Київ: КНЕУ, 2019. 355 с. URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/35637> (дата звернення: 15.02.2024).
- [2] 8 сучасних методів підбору персоналу в 2022 році. HURMA : вебсайт. URL: <https://hurma.work/blog/9-metodiv-suchasnogo-rekrutingu-v-2019-roczni/> дата звернення: 25.02.2024)
- [3] Активний чи пасивний рекрутинг. Вивчення стратегій, плюсів і мінусів, а також найкращого підходу для вашої організації. Aeromnova : вебсайт. URL: <https://aeromnova.com/active-vs-passive-recruiting-exploring-strategies-pros-and-cons-and-the-best-approach-for-your-organization/> (дата звернення: 25.02.2024).