**Основные и новые технологии рекрутинга персонала.**

В связи с развитием современного общества требуются инновационные методы рекрутмента. Руководитель любой организации понимает, что основным двигателем бизнеса является преданный персонал, человеческий ресурс, обеспечивающий компании конкурентное преимущество. В условиях изменчивости и нестабильности потеря высококвалифицированных сотрудников может нанести непоправимый урон деятельности организации. Любая организация, которая хочет иметь возможность достойно конкурировать на Российском рынке экономики, должна понимать, что только хорошо подготовленные и преданные своему делу специалисты готовы брать на себя ответственность, разделять интересы компании, проявлять инициативу, содействовать ее развитию и продвижению, достигая общие цели повышая конкурентоспособность, все это удаётся реализовать если уделить достойное внимание отбору персонала, и в частности, технологиям рекрутинга. На данный момент в мире происходят глобальные изменения в потреблении информации создаются все более новые направления по поиску вакансий и соискателей.

Рекрутинговая деятельность, как вид предпринимательской деятельности возникла в начале 50-х гг. XX века в Америке. В Европейских станах рекрутинговые услуги получили распространение в начале 90-х годов XX века. В России рекрутиноговый бизнес существует около 15 лет в крупных городах страны. Рост спроса на услуги рекрутинговых агентств был вызван повышением мобильности рабочей силы и конкурентной борьбой за высококвалифицированные человеческие ресурсы.

Основная миссия рекрутингового агентства - повышение конкурентоспособности фирмы-заказчика путем предоставления ей высококвалифицированных кадров. В отличие от услуг по трудоустройству, когда агентство получает оплату с соискателя работы, рекрутинговое агентство заключает договор и, соответственно, получает гонорар с фирм-заказчиков.

**Рекрутинг персонала** - комплекс организационных мероприятий, проводимых рекрутинговым агентством в интересах фирмы-заказчика и заключающихся в формировании и предоставлении заказчику списка отобранных в соответствии с его требованиями кандидатов на вакантную должность с целью последующего приема на работу с внешнего рынка труда.

В современном рекрутинговом бизнесе существует несколько основных (точнее базовых) видов услуг поиска и подбора персонала (иногда говорят технологий подбора персонала):

**Основные виды услуг в рекрутинговой деятельности**

**1.** **Аутпле́йсмент** *(*[*англ.*](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) outplacement; от *out* — вне и *placement* —определение на должность) — термин в [*управлении персоналом*](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BC), связанный с деятельностью работодателя по трудоустройству увольняемых сотрудников. Основные элементы Аутплейсмета:

* консультации по трудоустройству сокращаемых сотрудников за счёт бывшего работодателя;
* услуга по консультированию и продвижению на рынок труда сокращаемого персонала;
* услуга по организации процесса увольнения сотрудников наиболее щадящим способом, форма расторжения трудовых отношений между компанией и работниками, предусматривающая привлечение специализированных организаций в целях оказания помощи в трудоустройстве уволенным сотрудникам.

**2.** **Аутсорсинг (англ. outsourcing) - это**отказ компании от самостоятельного выполнения ряда некритичных для бизнеса функций и передача их стороннему подрядчику, профессионально специализирующемуся на оказании таких услуг. Аутсорсинг/аренда персонала – это предоставление возможности найма сотрудников на длительный период в виде услуги, а не набора отдельных работников. Рекрутинговым компаниям передаются процессы, связанные с подбором и поиском сотрудников (а также [лизингом](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3) персонала и [аутстаффингом](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%83%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%84%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B3" \o "Аутстаффинг)), реже — процессы кадрового администрирования и расчёта заработной платы.

**3**. Л**изинг персонала** - управленческая технология, разновидность [аутсорсинга](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%83%D1%82%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B3" \o "Аутсорсинг), позволяющая обеспечить [бизнес-процесс](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81) компании необходимыми трудовыми ресурсами, используя услуги сторонней организации.

**4. Скрининг**- это поверхностный отбор - подход к подбору персонала, заключающийся в «просеивании» кандидатов на должность по формальным признакам резюме из общего потока. Возможные формальные признаки: должность, возраст, пол, опыт работы и др. Мотивация и личностные качества кандидатов при скрининге не исследуются.

**5. Хедхантинг (Head-hunting -** охота за головой) - это вид услуг, при котором рекрутинговое агентство, занимающееся поиском и отбором руководителей высшего звена, «переманивает» специалиста, четко определенного компанией-заказчиком (известны имя, должность, компания).

Главные задачи рекрутингового агентства: найти способ завязать отношения с данным кандидатом; понять, чем он неудовлетворен на нынешнем месте работы, его возможные мотивы перехода; создать условия (ситуацию), при которой данный специалист будет готов к предложению; сделать предложение; урегулировать и координировать контакт между кандидатом и работодателем. Вся работа по переходу специалиста совершается в условиях строгой конфиденциальности.

**6. Executive search** - это вид услуг, при котором рекрутинговое агентство проводит поиск кандидатов среди тех, кто работу не ищет и не собирается искать, занят своей работой и полностью доволен нынешним состоянием, чьи контакты в той или иной степени находятся под контролем нынешнего работодателя. Агентству необходимо вступить в контакт и создать условия, при которых возможны переговоры о переходе в компанию-заказчика.

Executive search - трудоемкий и дорогостоящий способ подбора персонала, поэтому применяется для подбора персонала руководящего звена и редких специалистов.

**7. Мультиплейсмент** (вторичный наем) Во время поиска руководителя высшего уровня рекрутер нередко интервьюирует кандидатов, не полностью соответствующих данной позиции, но которые могут заинтересовать клиента на другой должности.

Когда клиент заполняет другую (вторичную) вакансию кандидатом, представленным ему на первую, основную позицию, это и называется вторичный наем (secondary) или мультиплейсмент. Поскольку такие случаи нередки, рекрутер должен до начала поиска ознакомить клиента с условиями оплаты в подобных случаях. Некоторые рекрутеры требуют за вторую (последующие) позиции полную оплату, как и за первую, другие выставляют счет на меньшую сумму, так как время, потраченное на поиск этого второго кандидата, входило в поиск кандидата на первую позицию.

**Важно!**Для HR-менеджеров (т. н. «внутренних рекрутеров») и сотрудников кадровых/рекрутинговых компаний (внешних рекрутеров) необходимо постоянно совершенствовать методы и приемы и инструменты подбора, творчески относиться к поиску.

**Новые услуги на рынке рекрутинга**

Новый спектр услуг, появившийся в последнее время на рынке рекрутинга, и современные технологии работы, используемые рекрутинговыми агентствами наряду с классическим подбором персонала готовы предложить клиентам следующие услуги:

1. **Just-in-Time Executive Search.**

Услуги по поиску и отбору управляющих и руководящих сотрудников с гарантированной датой выхода на работу в компанию заказчика. В данном случае агентство принимает на себя обязательства по гарантированному закрытию вакансии к определенному сроку.

Агентство в данном случае работает на условиях "эксклюзива", т.к. компания-заказчик не занимается поиском кандидатов самостоятельно и не пользуется услугами других рекрутинговых агентств. Ответственность за своевременное закрытие вакансии ложится на сотрудников рекрутингового агентства.  
         2. **Executive Search & Assessment.**

Услуги по поиску и отбору управляющих и руководящих сотрудников с оценкой лидерского потенциала предоставляемых кандидатов.  
До начала работ над вакансией по специальной методике проводится обследование уровня лидерства топ-менеджеров компании-заказчика, что позволяет установить требуемый уровень лидерского потенциала кандидатов.

Все кандидаты до представления их заказчику проходят специальное тестирование, что позволяет принимать математически точные кадровые решения.  
         3. **Open Positioning Search.**

Услуги по поиску кандидатов, соответствующих рамочным требованиям, при открытом их позиционировании — должность, функционал, требования и условия работы, в случае заинтересованности сторон определяются не заранее, а в результате переговоров. На протяжении установленного периода времени руководитель компании-заказчика получает возможность по своему усмотрению встречаться с двумя-тремя кандидатами в месяц, что позволяет "прощупать" рынок и получить возможность сформулировать необходимые требования.

4. **Intelligent Search.**

Услуги по поиску и отбору управляющих и руководящих сотрудников с соблюдением режима повышенной конфиденциальности на всех этапах работы с вакансией.

Во избежание огласки заказчику рекомендуется максимально ограничить круг лиц, допущенных к решению задачи, и проводить собеседования с кандидатами на "нейтральной" территории (клуб, ресторан и т.п.).  
         5. **Recruiting & Outstaffing.**

Аутстаффинг ([англ.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *Out* — «вне»  и *staff* — «штат») — вывод сотрудника за штат компании-заказчика и оформление его в штат компании-подрядчика, при этом он продолжает работать на прежнем месте и выполнять свои прежние обязанности, но обязанности работодателя по отношению к нему выполняет уже компания-подрядчик.Аутстаффинг предполагает передачу не функций, а конкретных работающих в компании сотрудников. При этом эти сотрудники оформляются в штат сторонней организации, а фактически работают на прежнем месте и выполняют прежние функции.

В некоторых случаях для заказчика вакансии представляется нецелесообразным прием нового сотрудника в штат своей компании на некоторый период времени. Для решения этой проблемы агентство может принимать сотрудников в штат компании на период испытательного срока (от 3 до 6 месяцев). В случае успешного прохождения сотрудником испытательного срока он зачисляется в штат компании–заказчика.

Важно помнить, что стоимость стандартных услуг по подбору персонала обычно понятна и практически одинакова у большинства компаний, а вот стоимость дополнительных услуг не всегда прозрачна и понятна заказчику. Следовательно, необходимо этому вопросу уделять особое внимание, и тогда эти услуги будут также хорошо востребованы.

На современном этапе рекрутинговой деятельности меняется не только спектр услуг, но и технологии реализации рекрутинга:

         1. Внедрение веб-собеседований[– проведение собеседования с кандидатами с помощью видео в реальном времени из любой точки мира.](http://www.hrm.ru/db/hrm/BAA1842CEFE9A5EAC32575F90051DC44/vid/article/article.html)

         2.[Использование Koda.us – это новая социальная сеть, которая позиционируется как «первая платформа, специализирующаяся на социальном рекрутинге, которая ставит процесс установления межличностных отношений в рамках социальных сетей на службу рекрутинга».](http://www.hrm.ru/db/hrm/360EFFDD03BCC1D4C325762E0063E6DD/vid/article/article.html)

**Требования к рекрутингау персонала.**

Современный рынок диктует свои требования к технологиям оказания услуг:

* **Скорость исполнения заказа**. В случае если технология рекрутинга отработанна, то время от момента подачи заказчиком заявки до первого собеседования кандидата со специалистами компании редко составляет более одной недели. Часто с постоянными клиентами работа над вакансией начинается до согласования юридических и бухгалтерских нюансов и к моменту заключения договора кандидат уже работает в компании. От скорости может зависть и цена услуги.
* **Проектный подход**. При данном подходе работа над каждой вакансией организуется как отдельный проект. Над каждой заявкой работает одновременно от 4 до 8 человек, каждый из которых выполняет свою роль (эксперт, рекрутер, key account и пр.). Данный подход позволяет добиться высокого качества в работе над каждой из вакансий.
* Специалистов часто раздражают некомпетентные соискатели, которые "просочились" через рекрутеров. Это вполне естественно, ведь рекрутер не может обладать всеми компетенциями специалиста в предметной области, а те "наводящие" вопросы, которые он задает, не раскрывают полностью компетенции кандидата.

Чтобы разрешить подобное противоречие, **техническую экспертизу** соискателя на соответствие требованиям, выдвигаемым представителями заказчика. Рекрутер не проводит экспертизу самостоятельно. Для этого привлекаются внештатные специалисты - эксперты в предметной области по основным направлениям деятельности: от маркетинга и финансов до внедренцев **ERP-систем.**Это позволяет свести к минимуму отсев кандидатов на этапе собеседования с техническими специалистами заказчика и освободить их от выполнения рутинных процедур.

**Требования к рекрутеру или 5 профессионально-этических  навыков для рекрутеров**

Навык 1: Рекрутер должен иметь такие ценности как честность и порядочность и ответственность и это должно быть видимым.

Навык 2: Рекрутеры должны быть компетентны - знать ситуацию на рынке труда и в доступной форме объяснять связанные с ним вопросы (реальность поиска кандидата на определенную должность в данной сфере, и насколько трудно заключить сделку с кандидатами).

Постоянный сбор и интерпретация данных, установление взаимосвязей между компетенциями и успехом, а также измерение воздействия различных маркетинговых обращений уже вошли в список обязательных навыков, которыми должны обладать первоклассные рекрутеры.

Они также знают направление, в котором движется рынок для их клиентов или организаций. Увольняют ли людей конкуренты? Каков рынок сейчас – растущий, сокращающийся, или вялый? Владение этой информацией вкупе со способностью выстраивать отношения может превратить неэффективную рекрутинговую функцию в мощную силу.

Навык 3: Рекрутеры должны уметь устанавливать, выстраивать и поддерживать доброжелательные отношения с различными людьми всех уровней и профессий, которые могут оказаться полезными для их фирмы.

Способность устанавливать отношения - основная компетенция любого рекрутера. Именно этим занимаются все мастера рекрутинга. Штатные рекрутеры должны выбираться за пределы своей организации и знакомиться с людьми Им понадобятся техники, помогающие устанавливать отношения на первоначальном этапе, которые можно выгодно использовать, работая с социальными сетями, такими как: блоги, сайты, также пригодятся любые навыки установления естественного общения с потенциальным кандидатом.

Больше половины времени любого рекрутера должно проходить в построении сети контактов, установлении отношений, общении, и встречах с кандидатами. Рекрутеры, способные дать совет по развитию карьеры, выслушать кандидатов, посоветовать, какая должность лучше всего им подойдет, будут расти и преуспевать в любых экономических условиях, даже в нынешних.

Навык 4: Рекрутеры должны обосновать выгоду компании-заказчика при работе с ними.

Рекруитеры должны уметь обосновывать, как они повышают добавленную стоимость, улучшают качество, увеличивают прибыли, или экономят деньги компании заказчика. Например, если Финансовый директор спросит о возврате инвестиций (ROI) по рекрутингу на какую-либо должность, настоящий современный рекрутер должен иметь готовые данные и помочь менеджеру по найму подготовить экономическое обоснование на данную должность.

Навыки #5: Высокий класс рекрутера выражается в количестве успешных сделок, то есть определяется количеством кандидатов, с которыми он может завершить сделку. Следовательно, рекрутер должен уметь хорошо продавать и кандидатов и менеджеров по найму. Он должен уметь преодолевать возражения и превращать недостатки в достоинства. Он должен предлагать решения, вырабатывать компромиссы, и, в конце концов, подвести к успешному приему соискателя на работу таким образом, чтобы это согласовывалось с ценностями и рекрутера и организации.

Одним из самых широко используемых направлений подбора персонала на ряду с традиционными методами является социальный рекрутинг. Данный способ также имеет название онлайновый или цифровой подбор персонала (основными методами подбора являются различные соцсети, сайты, приложения и т.д.) Соцсети стали одним из наиболее активных инструментов закрытия вакансий. Специалисты ищут подходящие предложения, компании ищут нужных им специалистов, — и всё это происходит в диджитал — пространстве социальных сетей.

В своем исследовании авторы Агеев М.Н. и Семина А.П. понимают социальный рекрутинг –как поиск персонала в социальных сетях. В последнее время данный способ занимает больше времени, чем остальные способы подбора. Во-первых, это современно в век цифровизации. Во-вторых, сложно представить человека, который проведен сегодняшний день без использования телефона или онлайн сервисов. В-третьих, вы можете узнать о кандидате заочно и понять его интересы и увлечения. Это даст вам возможность персонализировать общение, а не отвечать в формате «ваш звонок очень важен для нас». В-четвертых, это максимально удобно, так как вы можете отвечать на заявки, вопросы и просто сообщения в любом месте, где бы вы не находились[5].

Определение социального рекрутинга в своих исследованиях представляют многие авторы, например Скарбик П.С. определяет социальный рекрутинг – как процесс использования платформ социальных сетей для различных целей, например, набора персонала в компании и различные организации. Это постоянный процесс, который включает поиск подходящего кандидата для отмеченного профиля и сведение данногокандидата с заинтересованной компанией.

Медиа предоставляют рекламу через специализированные социальные базы [9]. В то время как Захаров Д.К. под социальным рекрутингом понимает взаимодействие с потенциальными кандидатами посредством социальных статей [11]. Можно сделать вывод что основа определения по мнению разных авторов схожа социальным рекрутингом- называют процесс сбора и обработки информации для найма персонала с использованием социальных сетей.

Среди основных достоинств рекрутинга в социальных сетях можно выделить:

- большая аудитория потенциальных кандидатов; - информативность, наличие личной информации о кандидате и возможность найти профессионалов;

- простота коммуникаций (легкий и быстрый способ связаться с кандидатом. Современный человек более 50% своего времени проводит в социальных сетях, вероятность быстрого ответа гораздо больше, чем, например по email);

мобильность доступа к сетям;

- упрощенный способ разместить вакансии (не нужно проходить этапы регистрации, можно выложить вакансию с личной страницы или создать группу, отправить рассылку для целевой аудитории);

- выстраивание отношений (общения в социальных сетях больше, чем по почте или формальному варианту резюме-вакансия);

- создание образа компании, активно внедряющей информационные технологии;

- развитие системы удаленной работы (что на данный момент актуально как никогда).

Очень важное преимущество любой популярной социальной сети, которое уже оценили многие компании — это возможность привлекать людей и продвигать бренд работодателя за счет адресного обращения к целевой аудитории. Искать и приводить в компанию нужных людей через сети проще, быстрее и дешевле.

Многие рекрутеры уже используют сразу несколько широко известных сетей (глобальных и местных) одновременно: Facebook, Twitter, LinkedIn, ВКонтакте и пр. В каждой из них может публиковаться разный материал — это зависит от целевой аудитории. Рекрутинг в социальных сетях — это не единственный из путей привлечения сотрудников. Но, это направление помогает поддерживать имидж компании как привлекательного работодателя. Мы дали определение рекрутингу и рассмотрели такое явление как социальный рекрутинг.

Далее рассмотрим задачи рекрутинга. Основными задачами рекрутинга являются: - поиск кандидатов, подбор персонала; - отбор кандидатов по требованиям работодателя; - формирование кадрового резерва; - анализ текущего рынка труда и перспектив развития этой сферы; - мониторинг рынка труда и заработной платы. Можно сделать вывод что рекрутинг – процесс поиска и подбора специалистов на должность в организации. Утверждает в своем исследовании Кулькова М.В.[10]. Схема процесса рекрутинга, представленная Ребриковой Н.В. [7], изображена на рисунке 1.



Из данной схемы можно сделать вывод, что процесс рекрутинга достаточно трудоемкий и занимает не малое количество времени.

В основном работа по поиску и отбору персонала лежит на плечах рекрутера организации. Ляхова О.М. выделяет следующие этапы работы внутреннего рекрутера:

- получение заказа от линейного руководителя – сбор всей необходимой информации о позиции и требованиях к кандидату, сроках и приоритетах, а также составление карты поиска c участием линейного руководителя;

- поиск кандидатов – с помощью собственной базы данных потенциальных кандидатов, интернет-ресурсов, размещения рекламы в СМИ, сбора рекомендаций, с применением метода прямого поиска и с привлечением профессиональных агентств;

- телефонное интервью – первоначальный отбор кандидатов путем выявления их мотивации и ответов на основные квалификационные вопросы; - личное интервью – с целью более глубокой и всесторонней оценки кандидата на соответствие требованиям к позиции;

- оценка и тестирование кандидата для подкрепления впечатлений по результатам интервью;

- подготовка кандидата и линейного руководителя к первому и последующим;

- интервью – назначение интервью, советы и рекомендации обеим сторонам для его успешного прохождения;

- получение обратной связи от кандидата и от линейного руководителя по результатам интервью – выяснение впечатлений обеих сторон и их заинтересованности в дальнейшей работе;

- проверка рекомендаций на кандидата; - формирование предложения о работе, контроль его принятия и выхода кандидата на работу;

- управление поведением кандидата на всех стадиях процесса [1, 2].

К сопутствующим функциям рекрутера можно отнести: предоставления отказов кандидатам, которые не прошли собеседование, ведение баз данных кандидатов, формирование у кандидатов позитивного впечатления о вакансии и работодателе, контроль выхода нового по мнению Ребриковой Н.В. 2021. [3]. При поиске новых сотрудников возникают два вопроса: где искать потенциальных работников (источники) и как известить заявителей об имеющихся рабочих местах (методы). Процесс привлечения персонала – это поиск и развитие подходящих источников персонала. Самый удобный способ классифицировать источники кандидатов – Ребрикова Н.В. в своем исследовании разделяет их на две группы: внутренние и внешние. Внешний рекрутинг – это заполнение вакансий за счет привлечения кандидатов со стороны. Внутренний рекрутинг – заполнение вакансий за счет работников, уже работающих в организации [4]. Подробная схема приведена на рисунке 2.



Из классификации видно, что на рекрутмент всегда влияют как факторы внешней среды (рынок труда, экономика, тенденции, конкурентоспособность), так и факторы внутренней среды (отлаженные бизнес-процессы, культура коммуникаций, зрелость руководителей). Исходя из вышеизложенных сведений можно сделать вывод, что для того чтобы в организации сформировалась эффективная система отбора персонала, необходимо применять различные методы рекрутинга, используя вышеизложенные инструменты это позволит нам заполнить компанию высококвалифицированным персоналом, готовым к работе.