

5. Фролов О.В. Ценности профессиональной деятельности государственной службы [Электронный ресурс] // Ценности и смысл. – 2017. – №1. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457910>.

6. Черепанов В.В. Основы государственной службы и кадровой политики [Электронный ресурс]: учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 679 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116626>.

УДК 336.531.2:61

Ляхова О.В.

ПРОЦЕСС ПОДБОРА, ОТБОРА И НАЙМА ПЕРСОНАЛА: ПОНЯТИЕ, ЭТАПЫ, ИНСТРУМЕНТЫ

Статья подготовлена призером конкурса «Наука будущего», проведенного в рамках IV научно-практической конференции учащихся, студентов, магистрантов, аспирантов «Образование и наука без границ: конвергенция социально-гуманитарных и естественно-технических наук» (Орел, 12 октября 2017 г.)

*Ляхова Ольга Валерьевна**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: leahova.olga@gmail.com

В статье рассмотрены процессы привлечения персонала. Перечислены особенности социальных сетей как инструмента при подборе персонала. Выявлены критерии оптимальной системы процесса поиска, подбора и оценки персонала, на основании которых проанализированы три онлайн-сервиса.

Ключевые слова: привлечение персонала, подбор персонала, отбор персонала, рекрутинговые онлайн-сервисы, Хантфлоу.

Основой каждого современного бизнеса являются люди, которые обеспечивают продуктивное использование различных ресурсов организации для повышения ее экономических показателей. Вклад человеческих ресурсов в достижение стратегических целей компании и качество производимой продукции или предоставляемых услуг зависит от эффективности управления персоналом, а в особенности от того, насколько продуктивно ведется деятельность по привлечению персонала [5]. Этапы процесса привлечения персонала изображены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Этапы процесса привлечения персонала

* Научный руководитель: Захаркина Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, доцент; e-mail: natazhazaharkina@mail.ru

В условиях пассивной кадровой политики процесс привлечения персонала может начинаться сразу с третьего этапа.

Под подбором персонала принято понимать систему мероприятий, направленных на привлечение в организацию сотрудников, обладающих необходимыми профессиональными компетенциями и моральными качествами для выполнения всех должностных обязанностей. Среди основных факторов влияющих на подбор сотрудников можно выделить уровень предъявляемых требований к персоналу, общую кадровую политику, сформировавшийся имидж компании, включая оплату труда [2,7].

Подбор персонала проводится руководством компании в случае возникновения или осознания потребности в сотрудниках определенной профессии и квалификации. Потребность является результатом планирования персонала, например, при составлении нового штатного расписания или текучести кадров. Первостепенная задача менеджера по персоналу – это обеспечить компанию нужными кадрами в необходимые сроки [11].

В зависимости от кадровой политики организации подбор персонала может производиться за счет сотрудников самой организации или за счет ресурсов внешней среды. Вторым способом считается наиболее распространенным потому, что если вакантная должность замещается за счет внутренних ресурсов, то освобождается место сотрудника, занимавшего первую должность.

Внешние источники бывают бесплатными, недорогими и дорогостоящими. К первым источникам можно отнести: Интернет-ресурсы, посвященные публикации вакансий и резюме соискателей; «самостоятельных» кандидатов – людей, занимающихся поиском работы самостоятельно, а также рекомендации сотрудников организации. Для мотивации сотрудников более охотно рекомендовать знакомых на вакантные должности можно ввести реферальную программу. Например, если порекомендовавшего сотрудника приняли в штат, и он прошел испытательный срок, то тот, кто его порекомендовал получает денежное вознаграждение. Правда в таком случае это уже будет не бесплатный источник привлечения персонала.

К недорогим внешним источникам относятся государственные центры занятости и высшие учебные заведения. Однако на сегодняшний день не многие регистрируются в центрах занятости. А вот в высших учебных заведениях можно найти много молодых специалистов пока без опыта работы, но с огромным желанием его получить. Многие крупные компании устраивают бесплатные и платные стажировки для студентов и выпускников ВУЗов, отыскивая таким образом новые таланты со свежим взглядом в свою команду. При отсутствии профессиональных компетенций, оцениваются личностные компетенции, такие как: умение планировать, анализировать, личная мотивация [10].

Дорогостоящими источниками являются кадровые агентства, публикации в средствах массовой информации. Каждое кадровое агентство ведет свою базу данных и осуществляет поиск кандидатов по заказу клиентов-работодателей. Однако в России данный источник персонала не очень популярен, нежели в других странах. Российские бизнесмены не готовы выделять дополнительные финансовые ресурсы на подбор персонала при наличии в организации отдела по управлению персоналом. Реклама в СМИ подходит для малого и среднего бизнеса, нуждающегося в квалифицированном персонале, но не имеющих средств воспользоваться услугами кадровых агентств [4].

На сегодняшний день продвинутые HR-специалисты, в том числе и российские, все чаще при подборе персонала используют новый инструмент как социальные сети. В среднем, на 15 подписанных контрактов с сотрудниками приходится один контракт со специалистом, которого нашли через социальную сеть, и эта цифра может увеличиться в несколько раз.

Можно выделить следующие преимущества социальных сетей перед другими Интернет-ресурсами по поиску персонала:

в социальных сетях можно установить контакт не только с теми, кто находится в поиске работы, но и с теми, кто в данный момент ее не ищет;

социальные сети стоят меньше, чем платные Интернет-ресурсы;

при возникновении вакансии можно адресно уведомить кандидатов, заинтересовавших организацию;

информация в социальной сети намного шире, чем на любом из сайтов поиска работы.

Важно понимать особенности каждой из социальных сетей для того, чтобы при поиске затрачивать минимум ресурсов (рисунок 2) [5].



Рисунок 2 – Особенности социальных сетей как инструмента в подборе персонала

Для того, чтобы последующий отбор был по-настоящему эффективным необходимо найти достаточное количество кандидатов. Чем выше требования к идеальному кандидату, тем большее их количество следует привлекать к отбору. На определение оптимального количества кандидатов, допущенных к этапу отбора, в значительной степени влияют организационные возможности компании, а также фактор времени. Тем не менее можно придерживаться следующих рекомендованных чисел, представленных в таблице 1 [9].

Таблица 1 – Количество кандидатов для эффективного поиска

Наименование категории сотрудников	Количество кандидатов
Технические исполнители, младшие специалисты	3-10
Специалисты, старшие специалисты, младшие руководители	5-15
Ведущие специалисты, руководители структурных подразделений	8-25
Главные специалисты, старшие руководители	10-30
Уникальные специалисты, руководители высшего звена	Не ограничено

Отбором персонала называют процесс выбора из списка претендентов того человека, который наилучшим образом соответствует вакантному рабочему месту в конкретной организации. На рисунке 3 представлен в общем виде процесс отбора персонала, но в зависимо-

сти от особенностей организации и от характера должности какие-то этапы могут пропущены или наоборот добавлены. Главное, что все мероприятия проводятся с целью отсеивания не подходящих кандидатов [3].



Рисунок 3 – Классический процесс отбора персонала в организацию

На сегодняшний день разработано множество программных обеспечений (ПО) для ускорения процесса подбора и оценки кандидатов на вакансию. Крупные мировые компании охотно инвестируют в развитие средств автоматизации управления человеческими ресурсами, приобретая полнофункциональные системы и специализированные модули для поиска и найма персонала. По прогнозам GIA, к 2018 году глобальный рынок рекрутингового софта достигнет 2 млрд. долларов.

В России, несмотря на доказанные преимущества автоматизации, сохраняется совершенно иная ситуация. Основной IT-инструмент большинства специалистов по подбору персонала – электронная почта, в которой ежедневно накапливаются многочисленные резюме – как от непосредственных кандидатов, так и из рассылки рабочих сайтов, причем некоторые предложения повторяются несколько раз. Каждый e-mail приходится открывать вручную, хотя бы бегло прочитывать, принимать решение по дальнейшим действиям, а затем вручную сортировать по определенным параметрам. При таком подходе обработанные резюме хранятся в папках на рабочем компьютере или в папках почтового клиента. Следовательно, невозможен быстрый поиск нужного кандидата, а вся информация по этапам отбора чаще всего теряется после закрытия вакансии.

Для оптимизации процесса поиска, подбора и оценки персонала хороший сервис должен уметь:

- 1) выполнять все рутинные операции: импортировать резюме любых форматов в единую базу, сортировать кандидатов по нужным параметрам, исключая повторные анкеты;
- 2) обеспечивать хранение большого массива данных с возможностью выбрать способ (облачное или на серверах компании);
- 3) в считанные секунды находить нужных кандидатов по заданным параметрам;
- 4) координировать взаимные действия HR-команды, линейных менеджеров и руководства;
- 5) собирать статистику: по источникам, по количеству кандидатов, по времени, по затратам – то есть анализировать воронку рекрутинга на каждом этапе и считать конверсию;
- 6) подстраиваться под конкретные запросы компании и уже действующие бизнес-процессы [1].

В таблице 2 проанализированы рекрутинговые онлайн-сервисы с учетом перечисленных выше критериев идеальной системы способной усовершенствовать HR-стратегию компании.

Таблица 2 – Анализ онлайн-сервисов для подбора персонала

Характеристики	FriendWork Recruiter	Mirapolis Recruit	Huntflow
Единая база кандидатов	+	+	+
Гибкий поиск	+	+	+
Импорт резюме	+	+	+
Совместная работа над вакансиями	+	+	+
Анализ данных	+	+	+
Шаблоны писем кандидатам	-	-	+
Стоимость 1 рабочего места	От 825 руб./мес.	Договорная	2600-2900 руб./мес,
Интеграция с другими решениями	Полная интеграция с почтой и календарями	-	Полная интеграция с почтой и календарями
Особенность	Автоматический поиск кандидатов в социальных сетях по резюме	Настройка и контроль последовательности шагов процесса подбора	Автоматически определяет номер кандидата при звонке

Наибольшее внимание среди анализируемых сервисов привлек сервис Хантфлоу (<https://huntflow.ru/>), который обладает всеми нужными функциями для автоматизации процесса подбора персонала. Сервис Хантфлоу, экономя время HR-команды, позволяет:

- сохранять резюме с HeadHunter, SuperJob, LinkedIn и других сайтов одним нажатием;
- легко отправлять письма кандидатам, используя шаблоны;
- добавлять собеседования в календарь прямо из программы;
- взаимодействовать с заказчиками вакансий без лишних пересылок резюме;
- анализировать работу рекрутеров, и др.

Также Хантфлоу автоматически определяет из базы имя звонящего кандидата, что позволяет менеджеру сразу обратиться к кандидату по имени, усилив HR-бренд компании. Внедрение системы занимает не более часа. Стоимость одного рабочего места рекрутера от 2600 - 2900 руб. в месяц (в зависимости от оплаты за квартал или год), при этом количество вакансий, резюме, заказчиков и файлов без ограничений [8].

Бесспорно, существует множество сервисов и программных продуктов способных упростить работу HR-менеджеров при подборе и оценке персонала. Для любой организации важно оценить свои потребности и исходя из них уже выбрать подходящий продукт. Не обязательно вкладывать огромные финансовые ресурсы в рекрутинговые программы. Наоборот стоимость ПО должна быть такой, чтобы затраты на поиск и подбор персонала сокращались, а итоговая эффективность увеличивалась.

Список источников:

1. Автоматизация рекрутинга: ускоряем процесс подбора персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hrdocs.ru/poleznaya-informacziya/avtomatizatsia-rekrutinka/>.
2. Бурцева М.Н. Рациональная организация труда и управления как фактор повышения эффективности деятельности предприятия / М.Н. Бурцева, В.П. Бардовский, Н.В. Захаркина // Фундаментальные исследования. - 2016. - №8-2. - С. 310-314.
3. Дейнека А.В. Управление персоналом организации: учебник / А.В. Дайнека. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 288 с.
4. Дейнека А. В. Управление человеческими ресурсами: учебник / А.В. Дайнека, В.А. Беспалько. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 392 с.
5. Ершова Н.А. Современные технологии системы управления персоналом в бизнес-структурах: монография / Н.А. Ершова, Н.В. Сергеева. – М.: Институт МИРБИС, 2014. – 312 с.

6. Захаркина Н.В. SWOT-анализ как инструмент управления профессиональным развитием персонала в современных условиях / Н.В. Захаркина, Л.В. Плахова // Фундаментальные исследования. - 2015. - №2-12. - С. 2673-2678.

7. Захаркина Н.В. Кадровый потенциал промышленной организации: подходы и методы оценки / Н.В. Захаркина, Л.В. Плахова, С.А. Легостаева // Фундаментальные исследования. - 2016. - №8-2. - С. 327-331.

8. Онлайн-сервисы для автоматизации подбора и оценки кандидатов на вакансию [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://hr-elearning.ru/servisy-avtomatizacii-podbor-a-personala/>.

9. Рогожин М. Ю. Управление персоналом: 100 вопросов и ответов о самом насущном в современной кадровой работе: практическое пособие / М.Ю. Рогожин. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 176 с.

10. Соколова Н.Н. Практика управления человеческими ресурсами на машиностроительных предприятиях: компетентностный подход / Н.Н. Соколова, Т.Н. Егорова, Н.В. Захаркина // Фундаментальные исследования. - 2016. - №8-2. - С. 394-398.

11. Тараненко О.Н. Основы управления персоналом: учебное пособие / О.Н. Тараненко. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2015. – 129 с.

УДК 369.032:316.46

Ильюшина Е.В.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕПУТАЦИЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЛИДЕРСТВА В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Ильюшина Екатерина Владимировна^{††}, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: iljushina.cat@yandex.ru

Автором проанализирована сущность терминов «репутация» и «политическая репутация», рассмотрены различия понятий «имидж» и «репутация». Выявлена сущность современных тенденций политического лидерства. Исследованы основополагающие индикаторы положительной политической репутации, раскрыт механизм ее формирования.

Ключевые слова: политическая репутация, краудсорсинг, транспарентность, технологии, имидж.

В эпоху информационного общества, когда представления людей о мире и происходящих процессах в значительной мере стали формироваться средствами массовой информации, репутация любого субъекта и объекта стала играть гораздо более важную роль, чем прежде. Новые информационно-коммуникационные технологии способствовали активному включению широких масс населения в политические процессы страны. За последние годы термин «репутация» из публицистической сферы перешел в область научных исследований. Учеными разных стран стали изучаться репутации регионов мира, отдельных государств, их политических деятелей и рядовых граждан. Постепенно в массовом сознании стала закрепляться логическая цепочка «репутация – жизненный успех». Указанные тенденции стали активно применяться политтехнологами на выборах. Политическая репутация партии или политика стала одной из ключевых доминант политического успеха или провала, своего рода «знаком качества» того или иного субъекта политического процесса.

Важной тенденцией современного мирового политического процесса является то, что политическая репутация лидеров государств нередко стала ассоциироваться со страной в це-

^{††} *Научный руководитель: Ильин Иван Владимирович, кандидат экономических наук, доцент; e-mail: ivan-ogiet@yandex.ru*