

ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА ДЛЯ ПОИСКА ПЕРСОНАЛА В УКРАИНЕ

УДК 629.735

Жила К. О.
студент 4 курса
факультета экономики и права ХНЕУ

Несмотря на то, что наукой достигнуты большие успехи как в области информационных технологий, так и в области познания человека, проблема поиска и удержания квалифицированных работников на предприятии по-прежнему является актуальной. Ускоряющийся ритм жизни современных предприятий для сохранения конкурентных преимуществ требует принятия быстрых и правильных кадровых решений при поиске претендентов на вакантные должности. Это и обуславливает необходимость нахождения новых, более эффективных путей сокращения времени поиска без потери его качества.

Вопросам организации и проведения результативного поиска персонала уделено внимание таких исследователей, как Колот А. М., Алин О. Н., Сальникова Н. И., Анцупов А. Я, Журавлев В. Т. [1-4]. В них определены возможности и недостатки очных и опосредованных методов, разработаны методики выявления различных профессионально значимых характеристик. Тем не менее, возможности поиска персонала с использованием сети Интернет освещены недостаточно и нуждаются в дальнейшем исследовании.

Целью статьи является определение возможностей и особенностей интернет поиска специалистов для предприятий в Украине.

По определению Колота А. М. поиск персонала представляет собой подбор квалифицированных специалистов, которые соответствуют требованиям компании [1]. Проблемой поиска является обеспечение требуемых компетентностей, а также наличия личностных характеристик, которые удовлетворяли бы текущим или будущим потребностям предприятия в кадрах.

К числу традиционных способов поиска персонала принято относить поиск посредством подачи объявлений в печатных изданиях, использованием тематических интернет-сайтов, поиск через биржи труда и центры трудоустройства [2; 3].

Алин О. Н. и Сальникова Н. И. предлагают несколько способов поиска персонала, такие как: размещение информации в прессе, подача резюме на бирже труда, поиск персонала через знакомства [4].

Все эти способы имеют свои преимущества и недостатки. Например, одним из самых дешевых способов поиска персонала являются рекомендации, публикация объявлений на видных местах, что при относительно небольших затратах характеризуется и низкой результативностью, а такие, как размещение объявления в прессе или на бирже труда – являются дорогостоящими и занимают значительное время.

В то же время для повышения эффективности поиска персонала значительные возможности может представить Интернет. На сегодняшний день данный источник является одним из наиболее дешевых и доступных. Как утверждает А. Полякова: «Задавать сегодня вопрос о том стоит ли использовать Интернет для поиска и подбора персонала, выглядит смешно, поскольку ответ на него заранее известен: конечно, стоит. Так, по данным исследования проведенного компанией Forrester Research большинство предприятий, занимающихся лизингом персонала, удовлетворены результатами работы Интернет-поисковиков» [5].

В Украине действует большое количество Интернет-сервисов и ресурсов, которые могут быть полезны при поиске персонала. Собственно, сами возможности для поиска персонала с необходимым уровнем квалификации и определенными характеристиками в Интернете формируются двумя путями: разместив на сайтах поиска работы вакансии с описанием всех требований к работнику (пассивный поиск) и проанализировав информацию, которую размещают о себе пользователи различных ресурсов с последующим предложением им сотрудничества (активный поиск).

Сайты поиска работников (фриланс) имеют возможность за дополнительную плату поднять рейтинг объявления, что увеличивает поток новых резюме, и, соответственно, ускоряет процесс поиска в несколько раз. Дальнейшее взаимодействие может быть оперативно обеспечено благодаря таким современным средствам связи, таким как Skype или Viber, или традиционным телефонным контактом.

Сервисы Dribbble и Pinterest, где пользователи размещают свою текущую работу, позволяют оценить опыт и результаты претендентов. Для комплексной оценки кандидата, а также для выявления ряда его профессиональных навыков является и использование сайта Slideshare, который дает возможность посмотреть презентации людей, рассматриваемых в качестве кандидатов.

Различные социальные сети (Vkontakte, Facebook, LinkedIn и другие), позволяют проводить поиск путём анализа представленных там резюме [6]. Распространение же информации о вакансиях через социальные сети даёт возможность используя «вирусный» эффект превратить метод подачи объявления в активный. Личностные характеристики претендента можно выявить, проанализировав с помощью контент-анализа и проективных методов блоги: livejournal.com, blogspot.com, blog.ru, liveinternet.ru и микроблоги twitter, chikchirik. В них человек часто более раскрепощен, здесь больше «живых» сообщений. Значительный неиспользуемый потенциал этих ресурсов отмечает и специалист в области рекрутинга С. Кротов [7].

При этом им отмечается неотработанность на данном этапе технологии анализа и некоторых морально-этических аспектов такого поиска. К недостаткам данного способа поиска персонала также следует отнести то, что достоверность представленной информации о личных качествах и резюме нуждается в дополнительной проверке.

Таким образом, использование описанных возможностей сети Интернет для поиска персонала с требуемой квалификацией и определенными характеристиками позволит существенно сократить время поиска на первоначальном этапе отбора, а также собрать комплексную информацию о претенденте для дальнейшего

статистического либо социально-психологического анализа. В дальнейших исследованиях целесообразно определить наиболее эффективные методики верификации информации о претендентах, собранной с использованием сети Интернет, а также разработать модель поиска претендента с учётом динамики ключевых компетентностей работника.

Литература

1. Колот А. М. Мотивация персонала : учебник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
2. Анцупов А. Я. Социально-психологическая оценка персонала / А. Я. Анцупов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 303 с.
3. Журавлев В. Т. Руководство персоналом России : учеб. пособие / Под ред. В. И. Добренькова. – М. : МУБиУ, 2009. – 328 с.
4. Алин О.Н. Подбор и мотивация персонала / О. Н. Алин, Н. И. Сальникова. – М. : Генезис, 2005. – 248 с.
5. Полякова А. Интернет как один из ключевых методов поиска сотрудников [Электронный ресурс] / А. Полякова. – Режим доступа : <http://www.work.ua/articles/subject/217/> Заголовок с экрана.
6. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера / С. Щербаков. – СПб. : Питер, 2015. – 170 с.
7. Кротов С. Рекрутинг и социальные сети [Электронный ресурс] / С. Кротов. – Режим доступа : http://worknew.info/articles/employer/rekrutyng_y_sotsyalnie_sety_54555.html Заголовок с экрана.

Автор

Жила К. О.

Науковий керівник,
к.е.н., доцент

Ушкальов В. В.

Публикується в авторській редакції