

АКТУАЛЬНОСТЬ И МЕТОДЫ ПОДБОРА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ. ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Утяшев Артем Тимурович

магистрант, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО ЦС РФ Российский университет кооперации, РФ, Республика Татарстан, г. Казань

Кузяшев А.Н.

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО ЦС РФ Российский университет кооперации, РФ, Республика Татарстан, г. Казань

RELEVANCE AND METHODS OF RECRUITMENT AND SELECTION OF PERSONNEL IN THE ORGANIZATION. PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION

Artem Utyashev

Undergraduate, Kazan Cooperative Institute (branch) ANEO VO CS RF Russian University of Cooperation, Russia, Republic of Tatarstan, Kazan

A. Kuzyashev

Scientific director, Cand. Economy Sciences, Associate Professor, Kazan Cooperative Institute (branch) ANEO VO CS RF Russian University of Cooperation, Russia, Republic of Tatarstan, Kazan

Аннотация. As you know, the right selection of personnel is one of the most important tasks of the modern personnel policy of a retail trade enterprise, as well as an important element in building the stability of its work.

Due to the fact that at the retail enterprise, on average, the acceptable level of staff turnover is about 30% of the total volume of employees, such personnel processes as the selection and selection of personnel are put in the first place, and this is a task of paramount importance. The article discusses the main problems that arise in the process of selecting and selecting personnel at a retail enterprise, and also suggests measures to improve this process.

Abstract. As known, housing and utilities management is one of the most important areas of modern policy of the Russian Federation, as well as an important element of the socio-economic system.

Due to the fact that municipal utilities enterprises provide services that are necessary to create a comfortable living environment for the population of Russian cities, ensuring the reliable functioning of the system of these enterprises is an important task.

The article discusses the main problems that arise in the process of managing housing and communal services in a municipality, and also suggests measures to improve this management.

Ключевые слова: Рознично-торговое предприятие, отбор и подбор персонала, текучесть кадров, совершенствование системы поиска квалифицированных кадров, принцип организованности, методический подход к отбору.

Keywords: Retailer, selection and selection of personnel, staff turnover, improving the search system for qualified personnel, the principle of organization, a methodological approach to selection.

Розничная торговля в наши дни остается одной из самых активно развивающихся сегментов российского рынка, что несомненно приводит к развитию особых требований к постоянному притоку персонала. Компетентные, опытные, практичные, и пунктуальные консультанты требуются как увеличивающимся в объеме сетям крупных компаний, так и малым магазинам. Руководство персоналом в торговой сети обладает своими особенностями, так как развитие такой компании напрямую зависит от ее конкурентоспособности на рынке и от навыка получать прибыль, тем самым обеспечивая себя опытными сотрудниками. Вероятнее всего, одной из самых актуальных проблем всех организаций рознично-торговой сети — это высокие показатели текучести кадров. Отсюда, такие кадровые процессы как подбор и отбор персонала ставят на первое место, особенно в условиях кадрового дефицита. Поэтому процесс правильного подбора и отбора кандидата на должность с целью установления его пригодности для выполнения обязанностей является первостепенной задачей любого менеджера.

Непосредственно сам по себе подбор персонала — дело непростое, так как включает в себя расчёт потребности в персонале, построение модели рабочих мест, профессиональный отбор, подбор и формирование кадрового резерва. При этом сам подбор сотрудников на должность представляет собой естественное завершение процесса отбора в соответствии с потребностями организации розничной торговли. Общепринятая трактовка, гласит: “Рациональный подбор персонала — это та часть процесса найма персонала, которая непосредственно связана с выделением одного или нескольких кандидатов на вакантную должность”. Подход к выбору персонала для организации должен быть серьезным и ответственным, при этом это должно касаться не только управленцев из числа руководящего состава, но и самих специалистов, из числа продавцов. Многие руководители считают, что обслуживающие сотрудники вносят не столь значительный вклад на формирование прибыли, как это положено считать.

Это неправильно, ведь сами покупатели зачастую не видят усердной работы, например, экономиста или операциониста, а вот работа торгового сотрудника им заметна, а само её качество во многом определяет количество покупок и общее представление о магазине. Потому процесс подбора высококвалифицированного сотрудника торгового зала очень важна, так как это неразрывно связано с самой деятельностью организации. Несмотря на это, основная доля текучести кадров на предприятии розничной торговли приходится именно на обслуживающих магазины сотрудников.

Согласно среднестатистическим данным, на предприятии розничной торговли, в среднем, допустимый уровень текучести кадров составляет около 30 % от общего объема сотрудников. Для обеспечения конкурентоспособности предприятия предпринимаются меры по выживанию на рынке в частности, для этого потребуется, хотя бы чтобы в нем работало не менее 60 % сотрудников, от общего числа, имеющих опыт работы в сфере торговли больше шести месяцев. Однако на деле, на торговом предприятии присутствует так называемый субъективный феномен кадрового дефицита, который нужно устранить, поскольку имеются специалисты на рынке труда, и при том в большом количестве, к сожалению, которые, при этом не подходят под вакансию или недовольны предлагаемыми условиями труда. По мере нарастания трудностей, связанных с дефицитом трудовых ресурсов сфера торговли занимает среднюю позицию, имея «пониженную потребность» в кадрах на уровне 40–50 % от общего объема. Недостаток сотрудников в розничной торговле распространяется как на простых служащих, так и на управляющие кадры. Квалифицированного персонала катастрофически недостаточно, и поэтому организации соперничают между собой в процессе привлечения более компетентных специалистов. В крупных региональных центрах по набору кадров проблема недостатка работников решается путем привлечения сотрудников без опыта работы

с последующим обучением, либо переманиванием сотрудников с уже существующих крупных организаций. Там же, где розничная торговая сеть мало развита, то перед ней встает сложная задача в виде поиска высококвалифицированного персонала. Часто, что в организациях привлекают специалистов из более или менее смежных отраслей, так как профессионалов нужного профиля в регионе может просто не быть.

Сейчас компании, заботясь о подборе торгового персонала, стремятся подстраиваться под сотрудников, предлагая привлекательные условия работы, с целью, как можно надолго закрепить его в своих рядах. При этом все также часто встречаются случаи, при которых происходит смена торговых работников между различными магазинами одной сети, но при таком подходе теряется слаженность работы и командный дух коллектива.

Поэтому, целью системы подбора персонала розничной торговли является укрепление конкурентоспособности компании, ее повышение производительности труда, основывающейся на принципах кадровой политики. Внедрение электронной коммерции вынудило потянуть за собой необходимость обучать уже существующий персонал и искать сотрудников с новыми компетенциями, которые еще недавно не требовались.

Изменения в действии потребителей привело к тому, что появилась острая необходимость постоянного поддержания оптимального уровня квалификации продавцов, а также нанимать новых работников, которые имеют уже развитые навыки клиентского обслуживания. Розничные торговые сети увеличивают количество дисконт магазинов, дабы адаптироваться к требованию потребителей иметь качественный товар по низким ценам. В результате этого возникает потребность персонала с хорошими навыками по контролю и планированию товарооборота.

Изменения в действии конкурентов заставляет компании переманивать друг у друга торговых работников, буквально не принимая в расчет нормы этики бизнес процесса.

Скорость роста компаний и отсутствие грамотного планирования персонала привели к созданию ситуаций, когда у компаний отсутствует резерв для подбора кадров иным способом.

В таких условиях жесткой конкуренции усиливается важность не только для мотивации и стимулирования торгового персонала, но и для роли корпоративной культуры организации.

Среди основных проблем подбора персонала в розничной торговле:

1. Отсутствие торгового персонала с определенным набором компетенций, низкий общеобразовательный уровень.
2. Некачественное обслуживание со стороны рекрутинговых агентств, которые могут предоставлять недостоверную информацию, не соблюдать жестких критериев отбора.

Для компаний решением этих проблем может послужить:

1. Подбор торгового персонала своими силами, передача поиска сотрудников управления среднего и высшего звена рекрутинговым агентствам, применяющим метод прямого поиска Executive search.
2. Подбор торгового персонала без специальной квалификации и обучение его внутри компании, тем самым требуя развития внутрифирменного и внешнего обучения, а также создание учебных центров при компании и разработка внутренних корпоративных учебников для персонала всех уровней.
3. Подбор из внешних и внутренних источников поиска.

Не следует, также забывать о самопроявившихся кандидатах.

Случайные (самопроявившиеся) кандидаты — это такая группа соискателей, которая предлагает себя «по случаю», т.е., прочитав объявление о свободной вакансии, они предлагают себя без объявления должности, на которую претендуют. Затраты подобного метода сходятся на минимум, как и сама вероятность того, что кто-то из таких кандидатов будет востребован компанией.

Однако подобные кандидаты являются резервом, которым нельзя пренебрегать организации. Поэтому необходимо создавать базу данных по случайным кандидатам, чтобы они могли пригодиться в будущем.

Для поиска кандидатов необходимо:

- начать поиск кандидатов в электронной базе данных организации;
- размещать информацию о вакансиях на сайте;
- публиковать и информировать о вакансиях в местных и муниципальных СМИ;
- привлекать интернет-ресурсы, при этом можно использовать не столько профессиональные сайты с объявлениями о вакансиях, где цены на привлечение соискателей достаточно высоки, но и использовать для этого социальные сети;
- размещать печатные и звуковые (радио) объявления о приеме на работу, с использованием звуковой рекламы в магазинах самой сети, а также размещать буклеты с объявлениями о приеме на работу возле касс или на чеках;
- объявления о новых вакансиях на сайтах компаний;
- реклама в общественном транспорте;
- газетные объявления о приеме на работу;
- прямой поиск кандидатов из числа тех, кто успешно работает в данной отрасли;
- работа с вузами по привлечению аспирантов, работа с биржами труда, сотрудничество с Государственным центром занятости населения;
- участие в ярмарках вакансий.
- реклама на улице (с использованием баннеров, транспарантов, плакатов и др.), с наиболее подробной информацией. При размещении рекламы следует придерживаться принципа контраста-реклама должна быть "яркой", отличаться от других предложений как внешне, так и по содержанию, где основной акцент будет сделан на наличие логотипа компании.
- нанимать сотрудников, которые будут распространять информацию о вакансиях среди своих друзей и знакомых;

Таким образом, можно выделить следующие этапы массового отбора:

1. Этап подготовки массового отбора:

- бюджетирование проекта по массовому подбору персонала;
- определение численности и должности персонала;
- планирование выхода персонала на работу;
- составление "идеального" портрета кандидата;
- составление реального портрета кандидата с учетом ситуации на рынке труда ;
- разработка рекламной кампании по привлечению кандидатов;
- разработка процедур подбора персонала;
- разработка программы обучения персонала (адаптация, обучение, стажировка).

2. Этап массового подбора персонала:

- привлечение кандидатов;
- первичный отбор;
- профессиональное тестирование;
- обучение и стажировка персонала;
- оформление трудовых отношений с работниками.

3. Этап поддержки:

- подбор персонала в обмен на сотрудников, не прошедших испытательный срок или уволившихся по собственной инициативе;
- использование человеческих ресурсов компании для адаптации и обучения новых сотрудников.

В заключении хочу добавить, что процедуры по подбору и отбору персонала, целью которых является соотношение оптимальных требований организации и человеческих способностей, должно уделяться особое значение, потому, что основной целью всех отборочных мероприятий является отсеивание неподходящих соискателей и выбор наиболее подходящего кандидата. Также хочу заметить, что ни один из методов подбора и отбора не дает 100 % результата, поэтому наиболее подходящим способом может быть только комплексный подход, сочетающий в себе несколько различных методик.

Список литературы:

1. Максим Батырев М. «45 татуировок менеджера. Правила российского руководителя»: учебник для бакалавров/ М.В. Батырев. – Москва: КноРус, 2018. – 128 с.
2. Светлана Иванова «Мотивация 100%. Где же у него кнопка?» //Народное образование. 2018. № 2. С. 105–111.
3. Александр Фридман «Как наказывать подчиненных. За что, для чего, каким образом. Профессиональная технология для регулярного менеджмента. Уникальное практическое руководство, не имеющее аналогов»: учебное пособие. – М.: Издательский дом ГУУ, 2018. – 215 с.