

внутрифирменный обмен товарами между ее членами [3, с. 51]. По О. Уильямсону, в трактовке Е.В. Попова, в фирме «...поддержание нерыночных отношений для решения производственных проблем обходится дешевле, чем обращение к чисто рыночным услугам» [4, с. 17–18]. Вот почему внедрять технологии УЗ собственнику фирмы выгоднее, чем включать плату за знания в оплату труда работников. Главной целью и результатом деятельности фирмы, основанной на знании, согласно соответствующим современным теориям фирмы, является минимизация издержек по обмену знаниями.

Технология УЗ до тех пор не будет эффективной, пока не будет основана на сущностной концепции обмена знаниями, учитывающей природу собственности, социально-экономические особенности системы организации труда. Обмен знаниями – не внешний, поверхностный процесс, его нельзя рассматривать только на уровне управленческих практик, пусть даже самых лучших. Обмен знаниями – это внутренний элемент не просто корпоративной культуры, но культуры сознания и мировоззрения человека. Последняя же определяется социально-экономическим положением человека, условиями социальной среды, социально-экономическими факторами. Отношения обмена могут быть по-настоящему успешны, если выгодны обеим сторонам – собственнику фирмы и наемным работникам, привлеченным к сотрудничеству. С точки зрения собственника – если достигаются его стратегические и тактические цели, используется потенциал рабочей силы сотрудников и прежде всего их профессиональные знания. С точки зрения работников – если они достигают своих целей и могут реализовывать свои интересы и потребности, работая в данной фирме.

Литература и источники:

1. Ельмеев В.Я. Социальная экономия труда: общие основы политической экономии. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007. 576 с.
2. Кулыгин В.П. Концепция социального обмена в современной социологии // Социологические исследования. 1997. № 5. С. 85–99.
3. Маркс К. Капитал. Т. 1. М., 1988.
4. Попов Е.В. Приоритеты развития фундаментальной теории фирмы // Журнал экономической теории. 2004. № 1. С. 16–39.
5. Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С., Гоголева А.С. Социологическая концепция обмена как методология анализа трудовых взаимодействий в современных зарубежных исследованиях // Журнал социологии и социальной антропологии. 2014. Т. XVII. № 2 (73). С. 139–153.

СУЩНОСТЬ ПОДБОРА КАДРОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

К.В. Кузнецова

Научный руководитель – Н.В. Черепанова

В настоящее время в современном менеджменте характерен рост внимания и интереса к значению человеческих ресурсов и возможности в полной мере реализовать профессиональный потенциал работника. Это обуславливается высоким уровнем разделения труда, существенным ростом удельной доли квалифицированного

труда в производственной и непроизводственной сферах, повышением роли каждого сотрудника в успешной работе организации. Вследствие этого, задача по разработке современных технологий и качественных инструментов для обеспечения эффективного и оперативного подбора кадров является одной из наиболее важных и значимых в работе служб по персоналу.

Деятельности большинства организаций в современных условиях требуется оперативный и целенаправленный процесс подбора персонала. При этом должны учитываться как конкретные требования рабочего места и должностные обязанности, так и стратегические и тактические цели организации, возможности для профессионального развития сотрудника, его коммуникативные и другие качества, которые являются значимыми для профессиональной деятельности и успешной адаптации в условиях конкретной организации.

Персонал – это сотрудники организации, которые работают по найму и обладают определенными качественными и профессиональными характеристиками и выполняют разнообразные производственно-хозяйственные функции [2, с.23].

Любая организация в тот или иной период своего существования начинает испытывать острую проблему в привлечении новых кадров или обновлении существующего штата сотрудников. Так как кандидатов на ту или иную должность очень много, появляется потребность в подборе персонала.

Что такое подбор кадров? Это набор определенных действий, которые направлены на привлечение потенциальных работников, обладающих необходимыми для достижения целей организации качествами. При этом организации необходимо четко определить в вакансии, какой работник ей нужен, охарактеризовать все профессиональные навыки, выбрать метод поиска кандидатов.

При подборе кадров можно выделить следующие этапы.

Первый этап – определение потребности организации в открытии вакансии. С этого начинается процесс подбора сотрудников.

Второй этап – разработка требований к кандидатам на должность. После того, как определилась потребность в подборе новых сотрудников, наступает этап разработки критериев подбора. Кандидаты должны соответствовать требованиям к компетенции и квалификационным требованиям. Для этого в организации разрабатывается так называемый "профиль должности", который включает в себя карту компетенций и квалификационную карту. Карта компетенций состоит из знаний, навыков, способностей, личных и деловых характеристик, необходимых работнику для эффективного выполнения работы. Квалификационная карта, в свою очередь, содержит требования к образовательно-квалификационному уровню, последипломному образованию, опыту работы, владению информационными технологиями, знанию языков. Организация разрабатывает ее самостоятельно, конкретизируя требования к должности работника.

Третий этап – поиск и привлечение кандидатов на должность с использованием разных источников и методов. Чтобы процесс подбора кандидатов на должность был эффективным, необходимо привлечь достаточное количество претендентов. Перед тем, как принять новых работников, перед организацией возникает два вопроса. Во-первых, где нужно искать потенциальных сотрудников? Это так называемые источники подбора. Во-вторых, каким образом известить заявителей о наличии вакансий? Это так называемые методы подбора. Вообще, выделяется всего два источника подбора кадров: внутренний, когда происходит поиск кандидата на должность внутри компании, и внешний, происходящий за счет ресурсов внешней среды. Люди, ко-

торые работают в организации – это и есть внутренние источники. Методы подбора кадров из внутренних источников различны. Во-первых, это поиск внутри организации. Он не требует больших финансовых затрат, укрепляет авторитет руководителя в глазах сотрудников. Однако возможность выбора кандидата на должность ограничена числом сотрудников организации (среди них вообще может не оказаться подходящего кандидата). Во-вторых, это внутренний конкурс. Рассылается информация об открывшейся вакансии во все подразделения организации, тем самым извещая сотрудников, которые в свою очередь могут либо сами претендовать на должность, либо же могут порекомендовать своих знакомых. В-третьих, это подбор с помощью сотрудников. Организация может «обратиться» к своим сотрудникам с просьбой заняться неформальным поиском кандидатов на вакантную должность среди своих знакомых и родственников. Этот метод характеризуется низкими финансовыми затратами и высокой степенью совместимости кандидата и организации. Однако главным недостатком является неформальность, то есть сотрудники недостаточно компетентны в области подбора кадров, не всегда объективны в оценивании близких им людей, а так же не всегда владеют точной информацией о вакансии. В-четвертых, это «самопроявившиеся» кандидаты. То есть это те люди, которые в процессе поиска работы сами рассылают свои резюме в организации. Организациям же, в свою очередь, нельзя отказываться от таких предложений, а необходимо создать базу данных этих людей, которая может пригодиться в дальнейшем. Она позволяет иметь "под рукой" готовый резерв кандидатов. Главным преимуществом внутреннего источника поиска кадров является возможность профессионального роста для сотрудников [3].

Наиболее распространенным является внешний источник подбора персонала, потому что даже если при наличии возможности заполнить вакантную должность работником из собственной компании, открывается новая необходимость в замещении должности, которую занимал этот работник до перевода. К внешним источникам подбора кадров относятся: агентства по трудоустройству (государственные и коммерческие); учебные заведения (высшие, среднеспециальные и другие); поставщики и клиенты; публикации в средствах массовой информации (журналы, газеты, телевидение, радио).

Стоит так же отметить, что вышеперечисленные источники подбора кадров имеют как достоинства, так и недостатки. К преимуществам привлечения кадров посредством использования внутренних источников можно отнести следующее: малые затраты на привлечение кадров; возникновение возможности для служебного роста у работника; знание организацией претендентов на должность; увеличение производительности труда; рост мотивации и степени удовлетворенности трудом. К недостаткам данного источника привлечения можно отнести ограниченную возможность выбора персонала; появление так называемого "панибратства" в решении деловых вопросов; дополнительные затраты на повышение квалификации работника, который занял вакантное место. К преимуществам привлечения кадров посредством использования внешних источников можно отнести следующее: широкая возможность выбора кадров; посредством приема на работу покрывается количественная и качественная потребность в персонале; новому работнику легче добиться признания в коллективе. К недостаткам данного источника привлечения можно отнести высокие затраты на привлечение кадров; длительный период процесса адаптации; малое знание сотрудником организации; малая возможность карьерного роста у сотрудников организации [2, с.57].

Организации следует использовать и внутренние, и внешние источники подбора кадров. Окончательное же решение о найме персонала из первого или второго

источника зависит от социальной и экономической эффективности потенциального работника. Реализуемая альтернатива в первую очередь должна способствовать тому, чтобы были отобраны максимально подходящие организации работники из числа кандидатов; издержки при подборе кадров были незначительными; интересы работников организации не должны быть ущемлены; психологический климат в коллективе не должен пострадать.

К методам подбора кадров можно отнести рекрутинг, хедхантинг, эксклюзивный или прямой поиск, а так же прелиминаринг [1].

Четвертый этап – первичный отбор. На данном этапе, когда уже сформирован резерв претендентов, происходит их первоначальный выбор и отсеивание неподходящих по каким-либо параметрам кандидатур. Организация анализирует имеющиеся у нее резюме и анкеты соискателей и, в случае необходимости, проводит краткие телефонные собеседования.

Пятый этап – окончательный отбор. На данном этапе кандидаты, которые прошли первичный отбор, приглашаются организацией на личную встречу, чтобы уточнить их профессиональные навыки с помощью различных инструментов (например, тестов, личного собеседования).

Шестой этап – принятие решения о приеме сотрудника на должность. После проведения всех вышеперечисленных этапов, директору организации или руководителю отдела предоставляется вся результирующая информация о кандидате. Он и принимает окончательное решение.

Седьмой этап – предложение о выходе на работу. Если соискатель соответствует всем требованиям должности и его утвердили, то ему предлагается оформление на данную работу [3].

Вышеперечисленные этапы являются основными, но в разных организациях они могут видоизменяться.

Для того, чтобы подбор кадров в организации был успешным, необходимо прежде всего предъявлять адекватные требования к кандидатам.

Литература и источники:

1. Бармакова Н. Современные методы подбора персонала // Кадровик.ру, 2011. N 8. – С. 60 - 64.
2. Дейнека А.В. Управление персоналом: Учебник // М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013. – 292 с.
3. Мякушкин Д.Е. Отбор и подбор персонала, <http://www.myakushkin.ru>

АУТСТАФФИНГ В РОССИИ: ПРИМЕНЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Т.Г. Мурзина

Научный руководитель – З.В. Криницына

На сегодняшний день в российском бизнесе весьма прочное место занимает такой вид услуг как аутстаффинг. Возникновение данной услуги в России служит положительным признаком развития цивилизованных рыночных отношений.