

4. Что такое бережливое производство? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vcudmurtia.ru/events/lean/on_the_lean_production/ (дата обращения 15.04.2016).

5. Зурова Т., Мы ничего не производим // Эксперт. 2012. № 47(800). С. 19-23

6. Зарецкий М.Д. Промышленные технологии и инновации. Москва: Просвещение-ЮГ, 2013. 390 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА КАДРОВ

К.В.Кузнецова
(г.Томск, НИ ТПУ)

INFORMATIONAL ASPECTS OF RECRUITMENT METHODS

K.V. Kuznetsova
(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Раскрыто понятие подбора персонала. Обозначены методы, которые относятся к пассивному подбору и активному подбору. Раскрыта сущность методов подбора персонала, таких как рекрутинг, хедхантинг, эксклюзивный поиск, прелиминаринг и скрининг. Рассмотрены особенности современного информационного рекрутинга.

This article is focused on the concept of recruitment. Methods that related to the selection of passive and active recruitment have been described. The essence of recruitment methods, such as recruiting, headhunting, exclusive search preliminaring and screening have been analyzed. Informational aspects of recruitment have been revealed.

Key words: recruitment , head hunting, executive search, preliminaring, screening.

Любые компании постоянно испытывают потребность в подборе новых сотрудников. То, какими методами будет осуществлен этот подбор, зависит от ряда причин, начиная с общего числа персонала и его текучести и заканчивая профессионализмом работника по подбору кадров.

Сам же подбор персонала представляет собой систему целенаправленных действий для привлечения кандидатов на работу, которые должны обладать качествами, необходимыми для достижения целей, которые ставит перед собой организация. То есть, это поиск, оценка и найм тех индивидов, которые умеют и желают работать, и плюс ко всему обладают нужными компетенциями и разделяют ценности компании. [1]

Для каждой организации необходимо выбрать именно те методы, которые могут быть применимы в ее условиях.

Вообще, методы можно отнести к двум группам подбора. Это *пассивный* подбор и *активный* подбор.

Пассивный поиск осуществляется посредством электронного метода, который представляет собой размещение объявления о вакансии на сайте самой компании. Они могут содержать в себе следующие сведения: характеристика должности, требования к соискателю, систему оплаты, льготы и стимулы, особенности процесса отбора (необходимые документы и сроки их подачи), адрес и контактные телефоны. Нужно отметить, что современный пассивный поиск не "стоит" на месте. Он постепенно вбирает в себя инструменты маркетинга и PR. Для того, чтобы был поток кандидатов, развивают бренд работодателя. То есть рассказывают о преимуществе работы в

компании и о лучших ее сотрудниках, создают специальные сайты для кандидатов, размещают в сети видео с руководителями направлений или топ-менеджерами.

Что касается активного подбора, то на нем мы подробнее остановимся далее.

Первый метод – это *рекрутинг*. Под ним понимается поиск и подбор кадров среднего и низшего звена. Обычно проводится среди активных кандидатов, которые уже находятся в поиске работы. Данный метод осуществляется путем поиска по существующей базе кандидатов или по отклику на объявлениях в средствах массовой информации. Что касается источников рекрутинга, то их существует много и не стоит ограничиваться каким-либо одним. К ним можно отнести, например, прием на работу бывших сотрудников, поиск по рекомендациям и разработка реферальной программы, которая поможет снизить издержки на поиск, привлечение к работе пенсионеров, перевод временных сотрудников в штат, поиск в социальных и профессиональных клубах, использование социальных сетей, размещение интернет-рекламы. [1]

Второй метод – это *head hunting* (хедхантинг). Это разновидность прямого поиска, при котором происходит "переманивание" конкретного сотрудника из одной компании в другую. Эта процедура является ответственной, длительной (средний срок до полугода) и дорогостоящей. Данный метод используется, как правило, при поиске руководителей высшего звена, редких и ключевых сотрудников (по специальности и высокому уровню профессионализма).

Хедхантинг происходит двумя путями: организация заказывает кадровому агентству конкретного человека, которого она хочет переманить к себе, либо же, в ходе поиска, так называемый рекрутер выходит на определенные компании, где работают подходящие кандидаты для клиента, устанавливает с ними контакт и узнает, на каких условиях они согласны сменить место работы, и после этого следует выбор одного кандидата и представление его клиенту.

Хедхантинг не ограничивается только процедурой переманивания нужного кандидата. Это сложный процесс, который включает в себя следующие этапы: анализ потребностей организации в персонале; комплексное исследование рынка и отбор нужных специалистов; подготовка собеседования и непосредственный контакт с потенциальным специалистом; заключение контракта и гарантийное сопровождение выбранного специалиста.

Данный метод является дорогостоящим. В мировой практике стоимость услуги за поиск и переманивание специалиста составляет около 30% от годового дохода принятого на работу кандидата. В России же эта цифра варьируется от 20 до 35%. У нас в стране, такого рода поиском занимается компания Cornerstone, хедхантинговая компания EVOLUTION.[2]

Третий метод – это *executive search* (эксклюзивный поиск/прямой поиск). Под ним понимается прямой поиск и подбор кадров высшего звена или редких специалистов. Он используется, как правило, для привлечения работников, которые оказывают ключевое воздействие на организацию – генеральные директора, независимые директора, директора функциональных направлений.

При использовании данного метода вероятность нахождения нужного кандидата составляет почти 100%. Это достигается путем соблюдения следующих основных принципов:

- изучение реальных возможностей компании или принцип обоснованности заказа;
- точное описание требуемой должности;
- анализ основных руководителей организации-заказчика;
- участие заказчика в основных моментах работы над заказом;
- планирование работы над заказом и его поэтапный контроль;
- анализ конкурентов заказчика и возможных кандидатов;

- применение методов активного поиска;
- детальное изучение карьеры и достижений кандидатов;
- сбор рекомендаций о кандидате;
- командная работа (аналитик, рекрутер, ассистент и так далее);
- подготовка заказчика к встрече с кандидатом;
- подготовка кандидата к встрече с заказчиком и переходу на новую работу.[3]

Четвертый метод – *preliminaring (прелиминаринг)*. Под ним понимается привлечение к работе молодых перспективных специалистов (выпускников вузов и студентов) посредством стажировки и производственной практики, которые в будущем станут залогом успеха организации. Это ключевой метод омоложения штата. Однако, если рассматривать этот метод с точки зрения организации управления персоналом в компании, то он является трудоемким. Так как организация "получает" новичка, которого нужно контролировать и обучать, а не готового специалиста, у которого имеются определенные навыки и опыт. Но если в компании грамотно выстроена система адаптации и обучения персонала, то прелиминаринг является отличным способом найти лояльных молодых сотрудников, которые обновят коллектив.

Данный метод набирает обороты на российском рынке, в то время как в Европе он давно представляет собой отдельную задачу менеджеров по персоналу и закрепился в основном списке услуг рекрутинговых агентств.

Применение прелиминаринга позволяет организациям привлекать в свой штат перспективных выпускников учебных заведений, успешно адаптировать их под свои нормы, стандарты работы и психологический климат, тем самым обеспечивая себе успешность в будущем.

Вариации сотрудничества при прелиминаринге предполагают применение технологий, таких как: презентация организации (знакомство выпускников и студентов с самой организацией, ее родом деятельности, политикой, перспективами развития, местом на рынке); рекрутинг молодых специалистов (то есть поиск и отбор "необходимых" студентов для прохождения практики или работы в организации); проведение совместных мероприятий с ВУЗами для непосредственного общения студентов и работодателей (например, ярмарка вакансий или дни карьеры); проведение конкурсов среди студентов. Наличие налаженных контактов с высшими учебными заведениями и их службами по содействию с трудоустройством позволяет гарантировать привлечение в организацию лучших выпускников и студентов ей подходящих.

Применение данного метода в организации предлагается осуществлять так:

первое – по заданию руководителя проводится презентация с целью ознакомления выпускников и студентов с организацией. Далее подготавливаются документы для заключения договоров по прохождению стажировки или практики.

Второе – непосредственное привлечение молодых специалистов на работу в организацию.

Для того, чтобы повысить эффективность подбора персонала, рекомендуется ввести следующую процедуру: студент, который проходит практику в организации, заполняет анкету, предоставляет резюме и проходит тестирование. После этого (по окончании практики), он ставится в кадровый резерв организации и, если возникнет потребность в подборе сотрудника, приглашается на работу. Но нужно учитывать успешность в его работе в ходе прохождения практики и умение обучаться. При возникновении необходимости в новом сотруднике, "резервисты по прелиминарингу" проходят дополнительное собеседование и приглашаются на работу. Эта процедура помогает привлекать молодых специалистов, по которым сокращается период обучения и адаптации.

Процесс подбора кадров с применением метода прелиминаринг состоит из 7 этапов:

- первый этап – первичное знакомство и собеседование с кандидатами;
- второй этап – сбор и обработка информации о кандидатах;
- третий этап – оценка качеств и составление "портрета" работника;
- четвертый этап – сравнение реальных качеств кандидатов с требованиями должности;
- пятый этап – сравнение потенциальных кандидатов и выбор наилучшего;
- шестой этап – назначение и утверждение кандидата на должность, а так же подписание трудового договора;
- седьмой этап – проверка адаптации и работы в учебный период.

Насколько эффективными бы не были процессы по подбору персонала, новые кадры не могут сразу же познакомиться с корпоративной культурой организации и работать в соответствии с ней. Поэтому необходимо помогать новым сотрудникам адаптироваться к культуре компании. А применение прелиминаринга даст возможность к быстрой адаптации к корпоративной культуре нового сотрудника, так как он уже проходил практику в данной организации и знаком с ее внутренней средой. Эффективность же применения прелиминаринга в организации состоит в сокращении издержек на поиск и адаптацию сотрудников. [4]

Пятый метод – *скрининг*. Этот метод подразумевает под собой быстрый отбор потенциальных сотрудников по формальным признакам (пол, возраст, образование, опыт работы). Личностные качества и психологические особенности не исследуются. Проведение данного метода в среднем составляет от одного до десяти дней. Он применяется обычно при подборе секретарей, менеджеров по продажам, водителей. Скрининг основывается на следующих составляющих: анализируется рынок вакансий, заявка работодателя и соотношение требований, которые предъявляются к потенциальному сотруднику и условия труда. Затем идет поиск соискателей работы и производится их первичный отбор. Далее анализируются полученные от претендентов на вакансию резюме и проводятся телефонные собеседования (в ходе них определяется степень соответствия требованиям работодателя). И после проведенного первичного отбора работодатель получает пакет "подходящих" резюме. После чего он сам выберет для себя подходящих кандидатов. Преимущество данного метода заключается в его сравнительно небольшой стоимости. [1]

Каждый из данных методов хорош по-своему и в свое время. При выборе метода подбора кадров необходимо исходить из положения дел в организации, срочности вакансии, ситуации на рынке трудовых ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бармакова Н. Современные методы подбора персонала // Кадровик.ру. – 2011. – N 8. – С. 60-64.
2. Хохлова Т.П. Инновационные технологии современного персонал-менеджмента [Электронный ресурс] // "Сфера услуг: инновации и качество". 2012. №6. URL: http://www.journal.kfrgteu.ru/files/1/2012_6_16.pdf (дата обращения: 18.04.2016)

3. Беленко П.В. Что такое Executive Search в России? [Электронный ресурс] // Консалтинг и тренинги. 2016. URL: http://www.treko.ru/show_article_357 (дата обращения: 20.04.2016)

4. Чуланова О.Л., Самедов В.Т. Применение технологии прелиминаринг в отборе персонала организации [Электронный ресурс] // Интернет-журнал "Мир науки". 2015. №1 <http://www.mir-nauki.com/PDF/02EMN115.pdf> (дата обращения: 22.04.2016)

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ПРИ УЧЕТЕ СКЛАДСКИХ ЗАПАСОВ

Недорезов Р.Е.

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATION SYSTEMS TAKING IN INVENTORY MANAGEMENT

Nedorezov R.E.

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Информационные системы при учете складских запасов в настоящее время очень актуальны. Их использование облегчает систему ведения склада, уменьшает издержки складирования, снижает риски потерь и недостач. Целью данной статьи является анализ информационных систем и их влияния на ведения склада. В статье рассмотрены способы ведения учета запасов, классификация информационных систем для ведения складского учета, представлен анализ их применения на предприятии. Полученные результаты помогут руководителям фирм в выборе оптимальных программных продуктов для организации системы управления запасами.

Ключевые слова:

Информационные системы, управление запасами, сортовой метод учета запасов, партионный метод учета запасов, WMS-системы, системы управления запасами.

Key words:

Information systems, inventory management, graded method of inventory accounting, batch-type method of inventory accounting, WMS, warehouse management systems,

Развитие информационных технологий значительно упрощает ведение складского учета. Использование современных информационно-программных обеспечений позволяет логистам эффективно аккумулировать и обрабатывать большие объемы данных относительно поставок, размещений, перемещений запасов, а также быстрее находить нужную информацию, снижать риски потерь и недостач. Поэтому анализ современных программных средств, используемых в управлении запасами является актуально задачей при выборе наиболее оптимальных вариантов для предприятия.

Целью данной статьи является анализ информационных систем и их значимости при ведении складского учета. Для достижения данной цели в статье необходимо рассмотреть цели и виды учета складских запасов, способы ведения складского учета, проанализировать WMS (warehouse management systems) системы различных видов и рассмотреть пример использования программного обеспечения на реальном предприятии.

Цели учета запасов продукции. Основными целями учета запасов продукции являются: измерение стоимости и количества наличной продукции и соотношение стоимости реализованной продукции с доходом, полученным от их реализации.

Виды учета. Основными видами учета запасов, хранящихся на складе являются следующие: 1) Обычный – показывает количество конкретной продукции на складе и