

РЕКРУИТМЕНТ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема найма и отбора персонала возникла одновременно с использованием наемного труда. Найти толкового работника всегда было проблемой, которую не решает связанное с безработицей наличие свободных рук. Во всех странах и во всех сферах деятельности ощущается дефицит квалифицированных специалистов, особенно руководителей. По некоторым подсчетам, затраты на подбор специалистов в средних и крупных компаниях США составляют 30—40 тыс. дол. на человека. Прием на работу менеджера в среднем обходится компании в 30—40 % его будущего годового дохода.

Можно выделить два способа поиска специалистов на замещение вакантной должности: внутренний и внешний. Внутренний — человеческие ресурсы самого предприятия. Отечественный опыт свидетельствует о том, что кадровая служба предприятия ведет постоянную работу по формированию резерва на выдвижение — контингента работников из числа линейных и функциональных руководителей и специалистов, обладающих способностями руководить людьми, отвечающих требованиям, предъявляемым к руководителям соответствующего уровня, прошедших целевую управленческую квалификационную подготовку. Однако зачастую недостаток современных знаний, несоответствие функций и задач, выполняемых кадровыми службами, стратегии развития предприятия (или в силу отсутствия таковой), приводят к тому, что вопросы маркетинга персонала решаются неудовлетворительно или отходят на второй план.

Происходящие в настоящее время преобразования общественно-экономических отношений приводят к возникновению субъектов хозяйствования, базирующихся на частной форме собственности, возникают новые формы управления основными ресурсами предприятия, в том числе человеческими. Параллельно изменяются функции персонала и требования к его качественным характеристикам. Возрастает потребность в профессиональных подходах к подбору специалистов,

особенно руководителей. Стратегическое решение данных задач — перестройка системы подготовки кадров с ориентацией на специалиста широкого профиля, обладающего основами экономических и правовых знаний, навыками организационной и социально-психологической работы. Одним из вариантов практического решения вопроса о профессиональном подборе кадров является обращение к услугам профессиональных агентств. В мировой практике устойчиво функционирует, а на рынке отечественных непроизводственных услуг находится в стадии формирования рекруитмент (от англ. recruitment — набор новобранцев, пополнение) — профессиональный подбор персонала, включающий множество действий специализированной организации (агентств) по поиску и привлечению на работу специалистов для предприятия-клиента.

Основными функциями рекруитмента являются поиск и отбор претендентов на вакансию. Специалиста, соответствующего формальным требованиям и участвующего в конкурсе на замещение вакансий, называют кандидатом (в английском языке — аппликантом). Требования работодателя к кандидату в большинстве случаев касаются: половозрастных признаков; образования; специальных навыков (знание определенных компьютерных программ, степень владения иностранным языком и пр.); опыта (стаж работы в конкретной должности, определенной сфере бизнеса, фирме-конкуренте или, наоборот, фирме, не являющейся конкурентом); медицинских показаний (противопоказания к условиям труда, возможные аллергии, физическая выносливость, отношение к курению); психологических данных (темперамент, способности, психологическая совместимость с коллегами и пр.); социальных характеристик (место проживания, семейное положение, национальная принадлежность и пр.). А. Хоскинг в качестве наиболее распространенной в Великобритании системы оценки приводит план “семи пунктов”: 1) физические данные — здоровье, внешность, манеры; 2) образование и опыт; 3) интеллект — способность быстро схватывать суть проблемы; 4) способность к физическому труду, счету, грамотность устной речи; 5) интересы — любое хобби, которое может характеризовать личность кандидата; 6) лидерство, чувство ответственности, общительность; 7) личные обстоятельства —

как работа будет влиять на личную жизнь (например, возможность ездить в командировки и т.д.).

Практика подбора персонала для организации включает следующие процедуры: оценка по резюме; предварительное собеседование и заполнение подробной анкеты; тестирование; проверка рекомендаций и послужного списка; отборочное собеседование; принятие решения и прием на работу.

*В.М. Марочкина, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ЕГО ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Длительный экономический кризис в Республике Беларусь свидетельствует о том, что финансовый механизм государства работает слабо, не обеспечивая решения текущих задач развития экономики. В связи с этим есть основание подвергать сомнению обоснованность выбранной финансовой политики, что в свою очередь является закономерным для государства, где недооценивается роль финансов в обществе, нет специального научного центра, где бы ученые профессионально могли заниматься проблемами теории и практики использования финансов в рыночной экономике.

Как никогда раньше, от предприятий требуется умение управлять финансами. Речь идет о новой системе ценностей, изменении приоритетов и тенденций развития экономики и финансов, освоении новых форм и методов финансовой работы воздействия на эффективность хозяйствования. Таким образом, появляется необходимость во введении новых специальностей, принятии новых приоритетов среди профессий, без которых не может функционировать любая экономика, независимо от форм собственности, принципов регулирования и управления бизнесом. Подходящее место в зарождающихся рыночных отношениях в настоящее время занял бухгалтерский учет.

Популярной становится профессия аудитора, финансового менеджера, финансового аналитика. И это очевидно, поскольку финансовые потоки на предприятии представля-