

*Халилова Регина Ринатовна
студентка 1 курса магистратуры
институт экономики, управления и бизнеса
Уфимский университет науки и технологий,
Россия, г. Уфа
e-mail: halilowa.reggina@yandex.ru*

*Научный руководитель: Имашева З.З.,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры стратегического управления
Уфимский университет науки и технологий,
Россия, г. Уфа*

ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ МАССОВОГО ПОДБОРА

***Аннотация:** В статье рассмотрено понятие массового подбора персонала, проанализированы основные особенности поиска сотрудников на однотипные должности. Также исследованы основные аспекты и особенности массового подбора персонала, направленные на увеличение эффективности и точности отбора кандидатов и даны рекомендации по его оптимизации. Особое внимание уделяется внедрению алгоритмов машинного обучения, способствующих автоматизации процесса подбора и снижению временных затрат на обработку резюме.*

***Ключевые слова:** массовый подбор персонала, рекрутинг, собеседование, анкетирование, управление персоналом.*

*Khalilova Regina Rinatovna
1st year master student,
institute of economics, management and business
Ufa University of Science and Technology,
Russia, Ufa*

*Scientific adviser: Imasheva Z.Z.,
candidate of economic sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Strategic Management
Ufa University of Science and Technology
Russia, Ufa*

IMPROVING MASS SELECTION TECHNOLOGIES

***Abstract:** The article examines the concept of mass recruitment and analyzes the main features of searching for employees for similar positions. The main aspects and*

features of mass personnel aimed at increasing the efficiency and accuracy of candidate selection are also studied and recommendations for its optimization are given. Particular attention is paid to the implementation of machine learning algorithms that help automate the selection process and reduce the time spent processing resumes.

Key words: mass selection of personnel, recruiting, interviewing, questioning, personnel management.

Вопрос массового подбора персонала очень актуален на сегодняшний день, это связано с изменениями на современном рынке (развитие промышленности, активная деятельность транснациональных корпораций, рост торговых сетей и увеличение спроса на персонал всех категорий) [1]. В таком случае перед компанией, независимо от ее объема на рынке и занимающего сегмента, возникает задача – поиск наиболее эффективного метода для массового подбора кадров.

Массовый подбор персонала предполагает, что необходимо нанять большое количество сотрудников на однотипные вакансии [6, с. 124]. Как правило, одним из ключевых критериев эффективности при массовом подборе является скорость закрытия вакансии: компания готова проводить отбор не так тщательно, как в случае с единичными вакансиями, чтобы быстро найти нужное количество сотрудников, готовых быстро освоить требуемые компетенции и приступить к работе [4, с. 28].

Массовый подбор чаще всего проводится на линейные должности для профессий, характеризующихся многочисленностью и широким распространением по территории России, повсеместной представленностью в разных субъектах, в городской и сельской местности [4, с. 56], но может иметь региональную специфику (например, в сельском хозяйстве или добыче полезных ископаемых). Широкое применение массовый подбор нашел в сфере продаж, особенно в крупных торговых сетях. Здесь необходимо отметить, что наряду с массовостью занятых, характерной особенностью этой сферы является уровень интенсивности кадровых решений [9, с. 246], проявляющийся в том числе в

высокой текучести кадров. Массовый найм может выстраиваться по принципу воронки продаж.

При этом процесс отбора должен быть экономичным, но обеспечивающим достаточно высокое качество – в противном случае за счет роста текучести кадров возникнут дополнительные затраты [10]. Основные этапы массового подбора:

1) информирование целевой аудитории о наличии вакансий. Процесс информирования должен быть организован так, чтобы вызвать интерес у потенциальных кандидатов на рабочее место. Важно разместить информацию в потенциальных точках контакта, обеспечивающих широкий охват;

2) работа со входящими откликами. Массовый подбор может сопровождаться большим количеством откликов. Если речь идет о систематическом подборе (например, в активно развивающуюся торговую сеть), целесообразно организовать колл-центр или использовать чат-ботов для первичного отсева заведомо неподходящих соискателей;

3) сопровождение до собеседования. Нужно понимать, что не только компания рассматривает множество кандидатов, но и кандидат – множество вакансий. Если между датой отклика и назначенной датой собеседования пройдет много времени, велик риск, что соискатель за это время устроится на другую работу. Также важно презентовать компанию и должность – привлекательно, но без ложных фактов;

4) анкетирование. Предварительное анкетирование позволит сократить время на собеседовании, т.к. ответы на основные вопросы уже будут даны в письменной форме;

5) массовое собеседование. Собеседование должно выстраиваться по четко продуманной траектории. Для сокращения времени можно приглашать сразу по несколько кандидатов, но это требует более пристального внимания к организации расписания и пространства [7];

б) индивидуальное общение с кандидатами. Как правило, это не глубинное интервью, а оценка по скрипту. Для профессий, предполагающих коммуникативную активность, можно разыграть небольшую ролевую игру;

7) найм отобранных кандидатов. Таким образом, массовый подбор персонала предполагает поиск большого количества сотрудников на однотипные вакансии (как правило, линейные, не требующие высокого уровня квалификации). Приоритетами при этом являются скорость и экономичность найма, что определяет особенности применяемых методов. Перспективным представляется использование инструментов искусственного интеллекта, чат-ботов, особенно в случае, если массовый подбор производится на регулярной основе [5].

При массовом подборе персонала очень многое зависит от рекламы. Для ее размещения нужно выбрать правильные источники, произвести начальный отбор, сделать контакты с биржей труда и особыми службами. А это, в свою очередь, немалые финансовые и человеческие расходы. Поэтому выполнение этой задачи должно начинаться с процесса планирования, выбора канала поиска, определения временных рамок и прочее [2].

Массовый рекрутинг должен основываться на следующих принципах:

1. Оперативность. Руководитель должен четко установить дату запуска работ, чтобы именно к такому сроку штат был укомплектован. Четко расписанный порядок найма и сжатые сроки позволяют правильно составить график работ и четко определить затраты времени на такой поиск.

2. Масштабность. Как правило, в процессе массового подбора сотрудников задействован штат кадрового агентства полностью или целый отдел по работе с персоналом в самой компании.

3. Работа с большим объемом информации.

4. Адаптация новых работников к внутренней политике компании [8].

При выборе способа привлечения кандидатов лучше употреблять несколько вариантов [3]. Массовый подбор должен сопровождаться хорошим рекламным модулем, где указана основная информация. Размещая такие

объявления следует соблюдать принцип «темы» — они должны быть яркими, четкими, и «бросаться в глаза». Если проект массовый, интернет-ресурсы не всегда дадут ожидаемый результат, далеко не все покупают специализированные издания, где содержатся подобные объявления. Для того чтобы привлечь потенциальных работников, необходим комплексный подход.

Таким образом, массовый рекрутинг имеет свои особенности. Традиционный способ кадровой политики основывается на точечном отборе одного или нескольких работников, учитывая специфику деятельности организации. Суть массового отбора – очень быстро найти большое количество работников, обязанных занять свои позиции и овладеть основными навыками деятельности в кратчайшие сроки. Как правило, ключевым фактором этого процесса является уровень знаний, умений и опыта кандидатов.

Список литературы:

1. Мамонтова С.В. Стратегии найма персонала организации // Проблемы устойчивости развития социально-экономических систем. Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2022. С. 568-571.
2. Наминова К.В. Методика массового подбора персонала для крупного бизнес-стартапа // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. 2022. № 4. С. 27-31.
3. Одегов Ю.Г. Кадровая политика и кадровое планирование: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2021. 575 с.
4. Полушкин П.А. Проблемы массового подбора персонала (на примере ООО «Бест Прайс») // Сборник статей IV научно-технической конференции студентов и аспирантов МИРЭА – Российского технологического университета. М.: Эдельвейс, 2020. С. 123-129.
5. Профессии на российском рынке труда: аналитический доклад НИУ ВШЭ / под ред. Н.Т. Вишневской. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 159 с.

6. Пугачев В.П. Управление персоналом организации: практикум: учебное пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2021. 280 с.
7. Реймаров Г.А. Комплексная оценка персонала: инженерный подход к управлению качеством труда. М.: Издательство ЛКИ, 2019. 422 с.
8. Селентьева Д.О. Совершенствование системы управления персоналом организации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 12-1. С. 83.
9. Чуланова О.Л. Кадровый консалтинг: учебник. М.: ИНФРА-М, 2020. 358 с.
10. Шульгина Ю.В. Социально-трудовой мониторинг персонала в сфере продаж // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2019. Т.9. № 4. С. 245-255.