

СОГЛАСОВАНО

Председатель
Евшукова О.



УТВЕРЖДАЮ

И.Я.Цветкова

Заведующий МБДОУ №34
И.Я.Цветкова



ПРАВИЛА

«Профессиональный подбор: этапы, субъекты, методы и технологии оценивания кандидатов»

в муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении
детский сад общеразвивающего вида №34
муниципального образования город Новороссийск

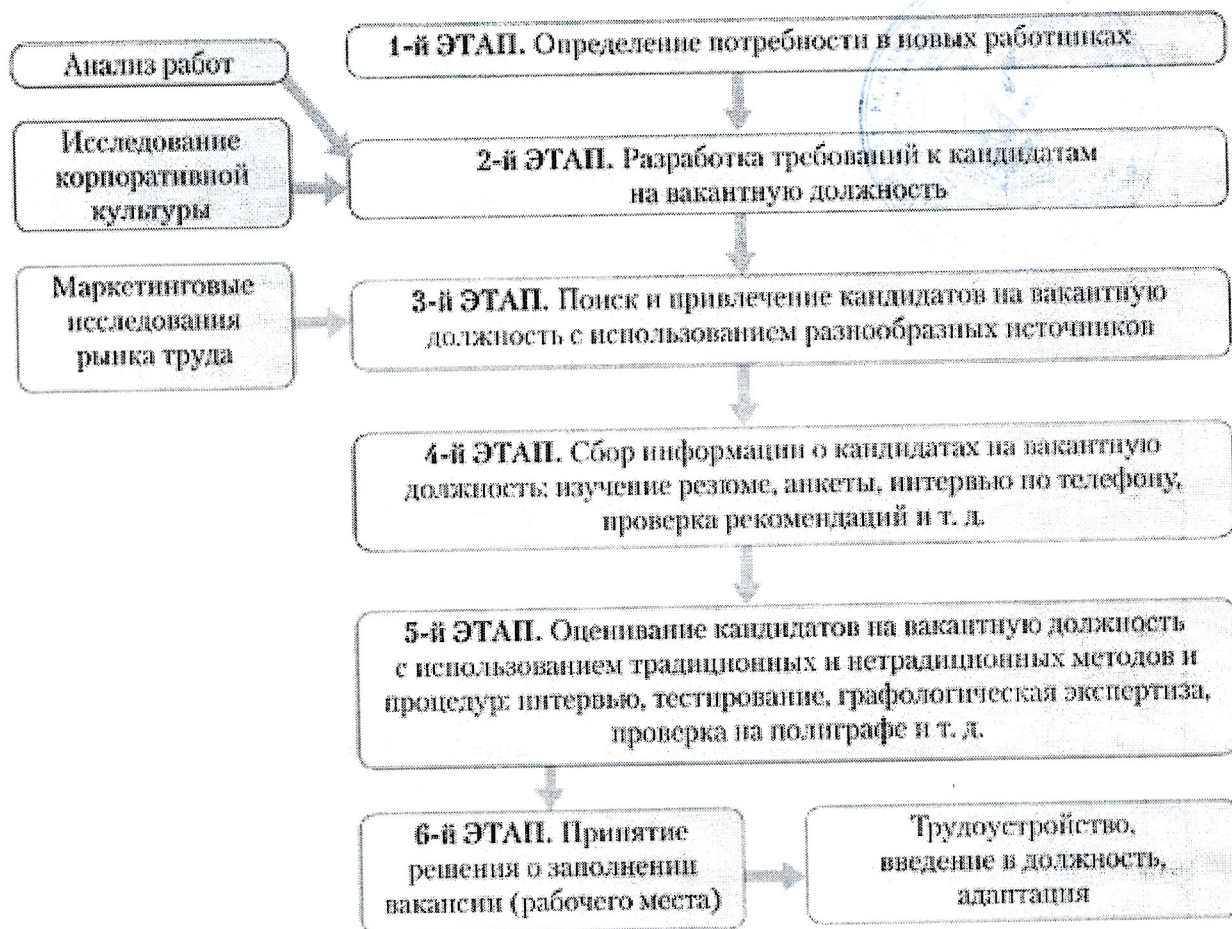
1. Основные положения

1.1. Для успешной деятельности в муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении детский сад общеразвивающего вида №34 муниципального образования город Новороссийск (далее — предприятие) большое значение имеет обеспечение его высококвалифицированными работниками. В настоящее время высококвалифицированный работник — это работник, имеющий соответствующий уровень образования, опыт практической работы, компетентный, ответственно и творчески относящийся к своим профессиональным обязанностям, постоянно повышающий профессиональный уровень, стремящийся к культурному и духовному развитию. Таких людей на рынке труда немного. Учитывая данное обстоятельство, руководители предприятий пытаются искать таких работников в первую очередь для ключевых (стратегических) должностей. Эта задача решается с помощью профессионального подбора.

1.2. Профессиональный подбор — процесс обеспечения предприятия работниками с желаемыми свойствами, соответствующими определенным требованиям, способными вовремя и качественно выполнять задачи (работы) и достигать поставленных целей. Профессиональный подбор является одной из основных функций управления персоналом, от качественного выполнения которой зависит эффективная деятельность предприятия.

2. Этапы и субъекты профессионального подбора персонала.

2.1. Процесс подбора работников имеет свою специфику на предприятии, однако это не мешает выделить основные его этапы, которых работники службы персонала или отдельные должностные лица должны по большей части соблюдать (рис. 1).



2.2. Профессиональный подбор на предприятии осуществляет заведующий, старший воспитатель.

2.3. При осуществлении профессионального подбора заведующий, старший воспитатель, как правило, выполняют следующие задачи:

- организационно и документационно обеспечивают данный процесс;
- разрабатывают общие правила, методы и процедуры подбора;
- разрабатывают компетенции и формируют квалификационные требования к кандидатам на вакантную должность;
- определяют источники привлечения и методы оценивания кандидатов в зависимости от вакансии, средств, конъюнктуры рынка труда и т. д.;
- ищут кандидатов на вакантную должность;
- собирают информацию о кандидатах: анализируют резюме, организуют анкетирование;
- анализируют документы, проверяют рекомендации и т. д.;
- организуют и проводят интервью с кандидатами;
- организуют и проводят тестирование, используют другие методы оценивания кандидатов;
- анализируют эффективность использования любых источников и процедур подбора персонала и т. д.

3. Функции делопроизводителя:

3.1. Разрабатывает профессиональные компетенции, которыми должны владеть

кандидаты на вакантную должность, например: требования к знаниям, навыкам, личностным свойствам;

3.2. Составляет заявки на подбор кандидатов на вакантные должности для службы персонала;

3.3. Совместно с руководителем изучают и анализируют информацию о кандидатах на вакантную должность.

4.Функции руководителя

4.1. Одобряет (или отклоняет) решение о назначении лица на вакантную должность и подписывает соответствующий приказ первый руководитель предприятия.

4.2. Чтобы повысить эффективность подбора персонала, особенно если возрастают требования к индивидуально-личностным характеристикам, предприятие может привлечь психолога к процедуре оценивания кандидатов.

4.3. Отдельные функции или весь процесс подбора кандидатов на определенные вакантные должности работодатель может делегировать на делопроизводителя, старшего воспитателя.

5.Требования к кандидатам на вакантную должность

5.1. Определив потребность в подборе новых работников, начинают этап разработки требований к кандидатам на вакантную должность или рабочее место — критериев подбора. Такие критерии разрабатывают по результатам анализа работ.

5.2. Кандидаты на вакантную должность должны соответствовать квалификационным требованиям и требованиям к компетенциям. С этой целью разрабатывают Карту профессиональной компетентности (рис. 2).

5.3.Квалификационная карта содержит требования к образовательному, образовательно-квалификационному уровню, последипломному образованию, определенные должностными инструкциями и квалификационными характеристиками профессий работников.

5.4. Квалификационная карта, которую разрабатывает предприятие самостоятельно, конкретизирует требования к профессии (специальности) работника. В квалификационной карте можно также конкретизировать требования к специальным знаниям и навыкам (например, знание языков и информационных технологий, управление автомобилем и т. д.).

5.5. Квалификационная карта является инструментом, упрощающим процедуру подбора, поскольку гораздо легче установить соответствие кандидата квалификационным характеристикам на основании изучения определенных документов, чем установить его способность выполнять отдельные функции или уровень развития каких-либо характеристик. Карта компетенций содержит знания, навыки, способности, характеристики, необходимые для эффективного выполнения работником определенной работы.

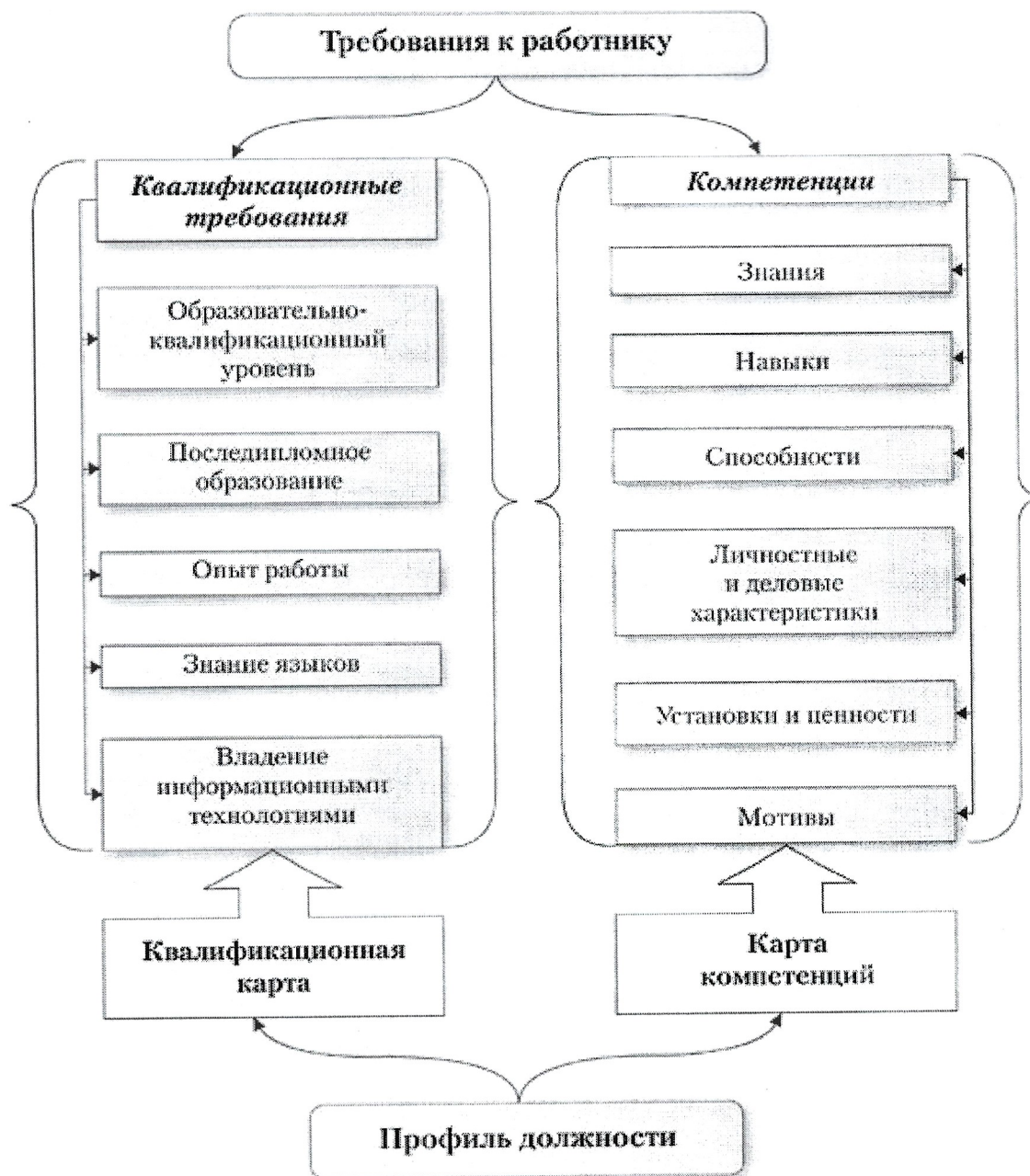


Рис. 2. Структура квалификационной карты

6. Поиск кандидатов с использованием разнообразных источников

6.1. Чтобы обеспечить эффективность подбора кандидатов на вакантную должность, необходимо привлечь достаточное количество претендентов. В зарубежных странах процедуру привлечения кандидатов называют вербовкой. Поиск кандидатов для заполнения вакантных должностей может осуществляться как из внутренних, так и из внешних источников.

6.2. Внутренние источники — это собственные работники предприятия. Подбор из внутренних источников является составной частью политики управления персоналом организации, ориентированной на развитие работников, повышение их преданности и мотивации. Политика подбора из внутренних источников дает возможность руководству предприятия убедить работников в возможности сделать карьеру на предприятии, что, в свою очередь, способствует их лояльности и мотивации.

Использование внутренних источников помогает сэкономить время и средства на подбор новых работников: руководство лучше знает способности, особенности поведения и потенциал собственных работников, чем повышается эффективность данного процесса. Работник знает специфику организации, правила, нормы и ценности, в результате чего уменьшается период профессиональной адаптации, а потребность в социальной адаптации вообще отпадает.

6.3. Использование внешних источников связано с более длительным поиском необходимых кандидатов. Организация может осуществлять поиск кандидатов на внешнем рынке, прилагая собственные усилия или обращаясь к услугам посредников.

Привлечь нужных специалистов собственными усилиями можно путем размещения объявлений о вакансиях в газетах, профессиональных изданиях, на собственном интернет-сайте и сайтах по трудоустройству. Организация может обратиться к клиентам, поставщикам с просьбой рекомендовать специалистов. Редких на рынке труда специалистов принято искать в компаниях-конкурентах.

Одним из основных способов привлечения кандидатов является размещение рекламных объявлений в средствах массовой информации (СМИ). На выбор СМИ влияет стоимость рекламной площади и адресность объявления. По возможностям и особенностям поиска и привлечения кандидатов можно выделить три группы печатных СМИ:

- издания, специализирующиеся на рекламе вакансий;
- общие издания;
- профессиональные издания.

Популярным средством рекламы являются интернет-ресурсы. Сайты по трудоустройству как распространенное средство поиска кандидатов привлекают своей массовостью, популярностью, возможностью быстро донести информацию о вакансии большому количеству людей.

Чтобы привлечь необходимых специалистов, можно также воспользоваться собственным интернет-сайтом, его преимуществами являются:

- возможность автоматизировать получение резюме или анкет, оценивать кандидатов с помощью опросных писем и посылать им ответы с помощью электронной почты;
 - вероятность привлечь внимание компетентных специалистов;
- шанс улучшить имидж предприятия.

Привлечение кандидатов с помощью собственной интернет-страницы. Учебные заведения являются эффективным источником для привлечения молодых, перспективных специалистов. Это обращения в деканаты и выпускающие кафедры с просьбой рекомендовать перспективных студентов.

Обращения к услугам рекрутинговых агентств, если:

- необходимо найти редких на рынке труда специалистов;
 - следует срочно заполнить вакансию;
 - нужно набрать значительное количество специалистов или целую команду;
 - на предприятии нет службы персонала или ее работники еще не приобрели опыт по этому делу;
- служба персонала не знакома с ситуацией на рынке труда;
- необходимо обеспечить конфиденциальность подбора.

