

УДК 331.108.2:339.137.2:005.953

Асташов Дмитрий Владимирович,
студент специалитета, инженерно-экономический факультет,
научный руководитель – Ермолина Лилия Валерьевна,
канд. экон. наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет»,
г. Самара, Россия

АГРЕССИВНЫЙ РЕКРУТИНГ КАК НОВЫЙ МЕТОД ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА

Статья посвящена агрессивному рекрутингу как новому методу подбора персонала. В статье рассмотрены положительные стороны и недостатки методов агрессивного рекрутинга, влияние партизанских методов подбора персонала на создание конкурентного преимущества компании.

Ключевые слова: рекрутинг, агрессивный рекрутинг, партизанский рекрутинг, HR-специалисты, подбор персонала, кандидат, квалифицированный работник.

Dmitry V. Astashov,
Student, Faculty of Engineering and Economics,
Supervisor – Lilia V. Ermolina,
PhD in Economic sciences, Associate Professor,
Samara State Technical University,
Samara, Russia

AGGRESSIVE RECRUITING AS A NEW RECRUITMENT METHOD OF RECRUITMENT

The article is devoted to aggressive recruiting, as a new method of recruitment. The article considers the positive aspects and disadvantages of aggressive recruiting methods, the influence of guerrilla personnel selection methods on creating a competitive advantage for a company.

Keywords: recruiting, aggressive recruiting, guerrilla recruiting, HR-specialists, staff recruitment, candidate, skilled worker.

Для успешного функционирования компании в условиях конкуренции необходимо иметь не только эффективную стратегию развития предприятия, но и лучших, ответственных квалифицированных работников.

При подборе персонала на современном этапе борьба за талантливых сотрудников переходит в новую фазу – фазу агрессивного рекрутинга, который ведётся партизанскими методами.

Впервые термин «агрессивный рекрутинг» (AP) был применён в работе американских компаний CiscoSystems и FirstMeritBank в 1990-х годах [1].

Партизанский рекрутинг – целенаправленное переманивание сотрудников у своих конкурентов [7, с. 68]. Главная цель партизанского рекрутинга – не столько усилить свои позиции, сколько точечными выпадами ослабить противника [3, с. 37].

Данный метод набора персонала имеет много неоспоримых преимуществ. Фирма, использующая партизанский рекрутинг, приобретает ценного сотрудника, а фирма-конкурент его теряет. С приходом такого сотрудника расширяются базы новых клиентов и увеличивается доля охвата рынка. В конкурентной борьбе используются знания планов конкурирующей фирмы, её слабых и сильных сторон. Как следствие, организация а) получает больше прибыли и б) растёт её лидерство в отрасли [3, с. 38].

К недостаткам использования тактики агрессивного рекрутинга можно отнести большие финансовые затраты на вновь приобретаемого работника, ведь одним из бонусов ему как специалисту является повышение заработной платы на новом рабочем месте [6, с. 110].

В качестве отрицательной стороны дела можно признать ухудшение репутации компании на рынке в связи с нарушениями этических правил поведения. В качестве примера можно привести обвинение петербургской торговой компании «Лента» российского подразделения немецкой компании «Метро Кэш энд Керри» в переманивание персонала, попытку повлиять на действия «Метро» через Национальную Торговую Ассоциацию [2].

Необходимо также отметить небольшое количество российских HR-агентств, готовых применять «агрессивный рекрутинг». Данный метод подбора персонала в основном применяется западными компаниями-лидерами мирового рынка, такими как: FirstMeritBank Bank, CiscoSystems, Google, Minbridge [4, с. 8].

В борьбе за талантливых ключевых сотрудников в агрессивном рекрутинге применяется множество методов.

Рекрутеры делают предложение о переходе на новую работу потенциальному кандидату в важные для него дни, когда он спокойно сможет обдумать и принять решение. Это могут быть праздники, время отпуска, юбилеи, важные даты семейной жизни.

В среду конкурирующей фирмы внедряются информаторы, которые посещают различные мероприятия, где знакомятся с потенциальными сотрудниками, наблюдают и фиксируют наиболее активных и умных.

Финальные кандидаты, в качестве «платы» за желаемое место, сообщают фирме три имени и телефона самых лучших специалистов из числа бывших коллег. Таким образом, фирма получает не только ценного сотрудника, но и пополняется база данных талантливых потенциальных сотрудников [5, с. 34].

Метод кадрового рейдерства применяется в периоды спада рынка, кризиса конкурирующей организации, во время слияния или поглощения фирм, при смене руководства организации. Вычисляют тех сотрудников, которые разочарованы или обижены своей компанией, что даёт возможность захватить сразу целые команды и отделы с готовыми квалифицированными специалистами без применения агрессивного рекрутинга. Например, Amazon.com в своё время нанял сразу четырнадцать специалистов по логистике из компании конкурента Wall-Mart [2].

Пользуясь тактикой ««Разведка боем», или найм без интервью, рекрутеры выводят ценного специалиста из пассивного состояния в поиске работы в активное, когда процесс поиска работы как бы инициируется самим кандидатом. С желаемым специалистом рекрутеры проводят предварительные

беседы по телефону и сообщают ему, насколько он желаем в новой компании. Затем кандидату без предупреждения или собеседования отправляют письмо с предложением о новой работе, к которой он может приступить уже через две недели. Кандидат всегда сам перезванивает и сам напрашивается на проведение интервью с потенциальным работодателем для принятия серьёзного решения. На это и был рассчитан данный метод: ведь если бы кандидату напрямую предлагали обсудить новые возможности работы, то, с большой вероятностью, он бы отказался.

При поиске лучших продавцов рекрутеры проводят акции «Таинственный покупатель». В торговых точках рекрутеры наблюдают за обслуживанием клиентов, выявляют, кто из продавцов больше продаёт; покупают, а затем возвращают товар, провоцируют продавцов на скандалы, смотрят на их реакции. Таким методом на заметку берутся потенциальные квалифицированные кадры.

В сфере банковского обслуживания применяется метод «Свой среди чужих». HR-менеджер под видом клиента прослеживает процедуру обслуживания, наблюдает за обращением специалистов банка с клиентами, анализирует ответы на телефонные звонки и ответы на каверзные вопросы. В итоге отличившиеся работники получают приглашение к сотрудничеству.

В заключении можно отметить, что уникальные методы рекрутинга имеют смысл, если они создают компании конкурентное преимущество, дают измеримые результаты и увеличивают прибыль.

Результатом, достигнутым комплексным применением методов агрессивного рекрутинга, можно считать сокращение времени на закрытие вакансий по сравнению с временем поиска специалистов другими методами.

Если фирма переманивает больше профи у конкурентов, чем теряет сама, то можно считать, что агрессивный рекрутинг принёс свои плоды.

Таким образом, совокупные затраты на поиск кандидатов сокращаются. Освобождённые финансы могут быть направлены на модернизацию производства, улучшение условий труда и инвестиции.

Для поиска менеджеров среднего звена работодатели выходят вначале на их потенциальных подчинённых, получая их рекомендации, и тем самым увеличивая количество бесплатных рекомендаций для базы данных целевых кандидатов.

Эффективная работа HR-отдела компании сокращает затраты на оплату услуг сторонних рекрутинговых агентств.

Верный подбор персонала ведёт к снижению количества уволенных сотрудников в течение испытательного срока.

Результативность применения методов партизанского рекрутинга сказывается на улучшении качества и профессиональных компетенций вновь принятых сотрудников, которые впоследствии подтверждаются результатами аттестацией.

Укреплению имиджа организации способствует повышение удовлетворённости внутренних клиентов.

Применение современных методов подбора персонала ведёт к признанию компании на рынке, при проведении профессиональных конкурсов как фирмы, использующей инновационные методики, что положительно сказывается на имидже компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беляев, С. Агрессивный рекрутинг. Партизанские методы подбора персонала // HR-portal [Электронный ресурс]. – URL: <https://hr-portal.ru/article/agressivnyy-rekruting-partizanskiy-metody-podbora-personala>
2. Беляев, С. Партизанский рекрутинг как новый метод конкурентной борьбы // HR-portal [Электронный ресурс]. – URL: <https://hr-portal.ru/article/partizanskiy-rekruting-kak-novyy-metod-konkurentnoy-borby>
3. Ермолина Л.В. Стратегическая эффективность организации // Вестник Самарского государственного университета. – 2012. – № 10(91). – С. 37-40.
4. Ермолина Л.В. Управление инновационным развитием предприятия // Экономика, управление и право в современных условиях: междунар. сб. ст. Вып. 2(14) / под общ.ред. А.Н. Сорочайкина. – Самара: Издательство «Самарский университет», 2012. – С. 8.

5. Махмудова И.Н. *Кадровая безопасность: методы воздействия на персонал. В 2 ч. Ч.2. Противодействие угрозам при подборе кадров: учеб. пособие / И.Н. Махмудова.* – Самара: Изд-во Самарского ун-та, 2018. – 88 с.

6. Нечаева А.В. *Сущность агрессивного рекрутинга как подхода к найму персонала // Материалы международной научно-теоретической конференции молодых ученых и студентов «Актуальные проблемы экономического и социального развития производственной сферы», г. Донецк, 20-21 мая 2010 г. – В 2-х томах. Т.2. – Донецк: НВУЗ Донецкий национальный технический университет», 2010. – С. 109-111 [Электронный ресурс]. – URL: <http://masters.donntu.org/2012/iem/nechayeva/library/1.htm>*

7. *Управление персоналом: глоссарий: терминологический словарь / А.Н. Сорочайкин, Л.В. Ермолина.* – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2012. – 104 с.