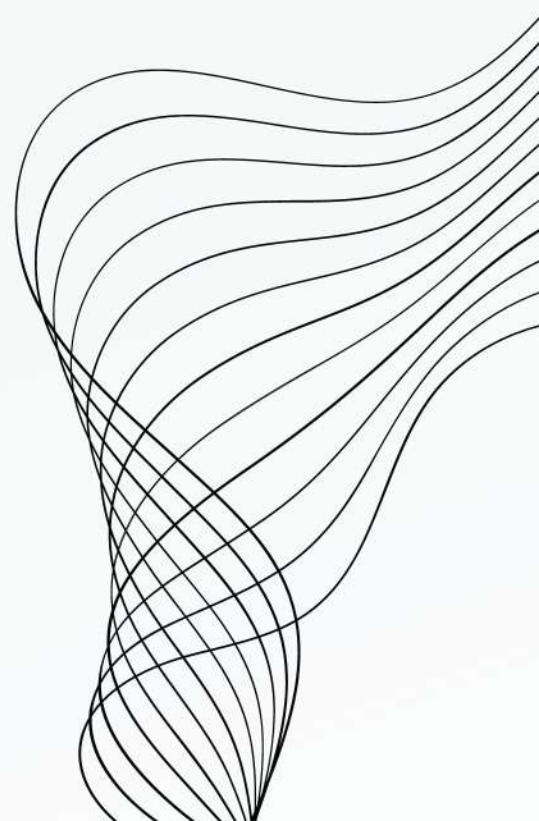
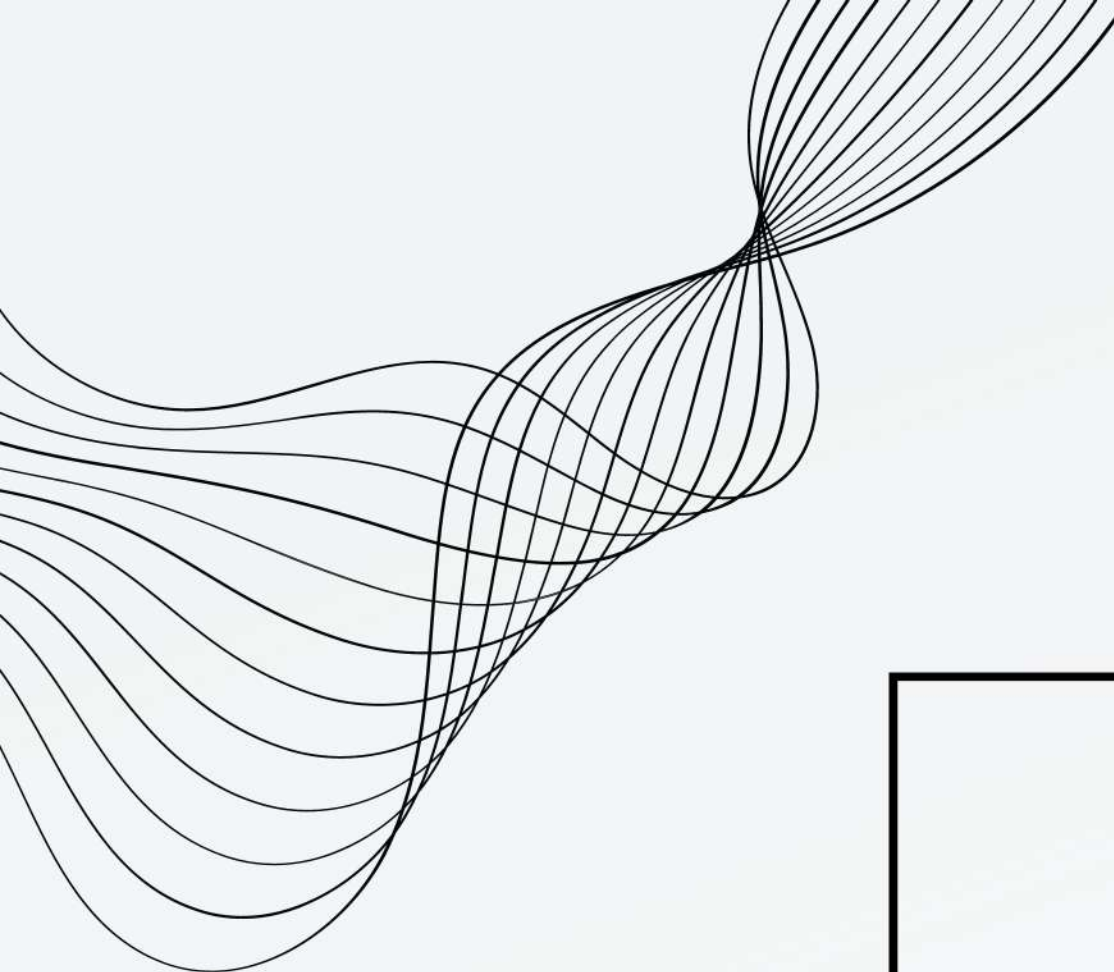




МЕТОДИ АКТИВНОГО ТА ПАСИВНОГО ПОШУКУ РОБОТИ

ПЛАН

01

СУТНІСТЬ ТА СТРАТЕГІЇ
ЗАЛУЧЕННЯ АКТИВНИХ
КАНДИДАТІВ.

02

МЕТОДИ АКТИВНОГО
ПОШУКУ РОБОТИ.

03

МЕТОДИ ПАСИВНОГО
ПОШУКУ РОБОТИ.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: АКТИВНИЙ КАНДИДАТ, ПАСИВНИЙ КАНДИДАТ, РЕКРУТЕР, РЕКРУТИНГОВІ АГЕНТСТВА, БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ, КОМПЕНСАЦІЙНИЙ ПАКЕТ, СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ АКТИВНИХ КАНДИДАТІВ, МЕТОДИ АКТИВНОГО ПОШУКУ РОБОТИ, МЕТОДИ ПАСИВНОГО ПОШУКУ РОБОТИ.

СУТНІСТЬ ТА СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ АКТИВНИХ КАНДИДАТІВ



Активний кандидат – це заявник, який наразі проходить процес найму та активно шукає роботу. Вони можуть проходити перевірку, готуватися до співбесіди або конкурувати з іншими кандидатами. Такими кандидатами можуть бути будь-які фахівці, які вирішили шукати роботу з різних причин, як-от:



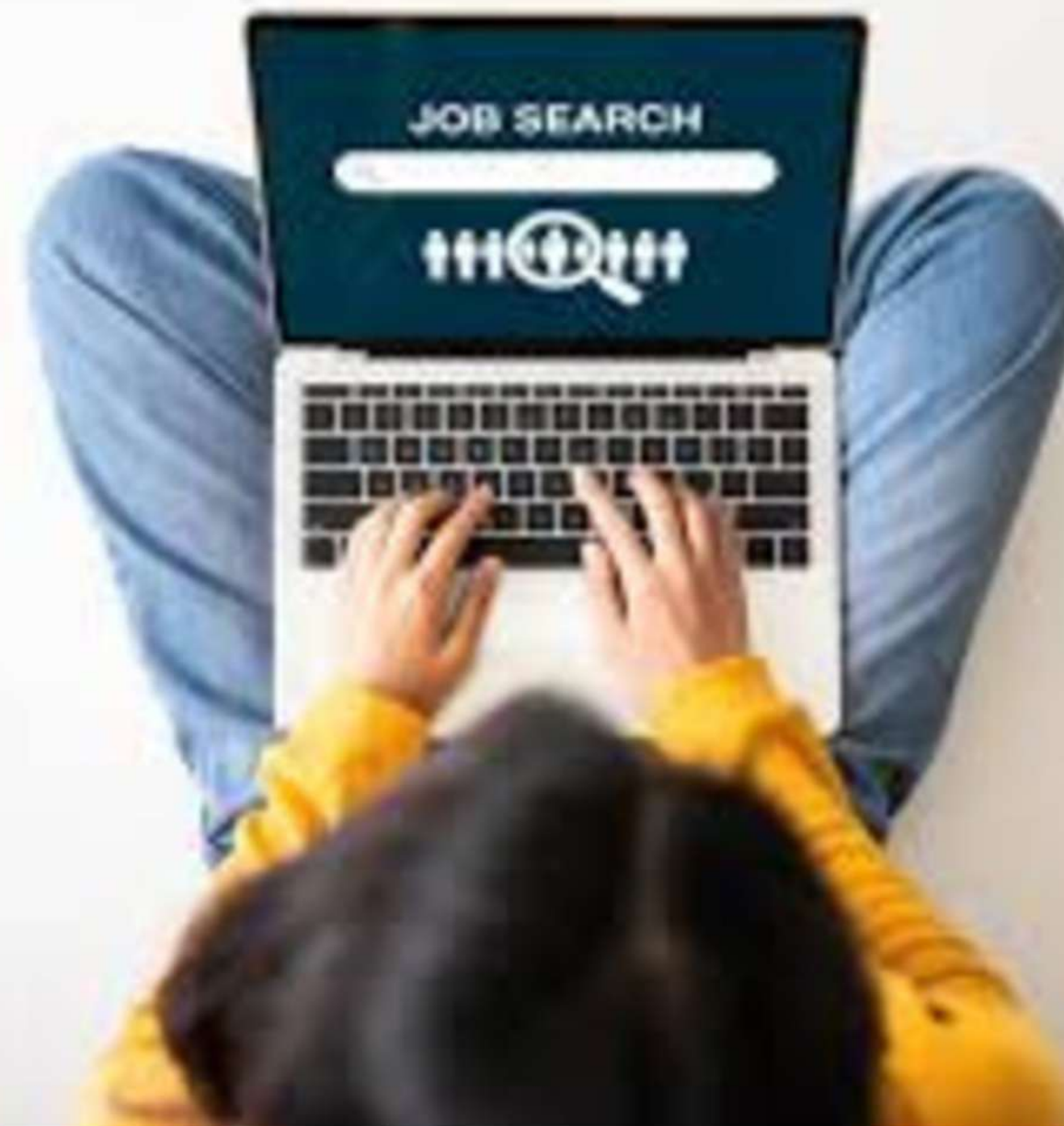
- 1) потреба у кращих умовах праці;
- 2) бажання підвищити рівень заробітної плати;
- 3) пошук нових можливостей;
- 4) рух кар'єрними сходинками;
- 5) звільнення з роботи;
- 6) збанкрутування компанії або ж інші причини, незалежні від кандидата, що призвели до втрати роботи.



Активні кандидати бувають різними і можуть мати різні мотиви для пошуку нової роботи. Деякі можуть бути незадоволені своєю поточною посадою, тоді як інші можуть шукати можливості для кар'єрного зростання або кращого балансу між роботою та особистим життям. Незалежно від причини, активні кандидати, як правило, з більшим бажанням спілкуються з потенційними роботодавцями, що полегшує **рекрутерам** (особам, які, враховуючи потреби бізнесу, відшукують обдарованих фахівців і заповнюють вакансії в компанії) ідентифікацію та встановлення контактів з ними.

Активний кандидат відрізняється від пасивного тим, що, найімовірніше, цей фахівець вже не працює, або планує звільнення найближчим часом.

Пасивні кандидати менше зацікавлені в пошуку роботи та не роблять кроків до знаходження нової компанії або посади, у той час як активні кандидати перебувають в пошуку нового робочого місця та виконують певні дії, аби його пришвидшити.



ПРИ НАЙМІ НОВИХ СПІВРОБІТНИКІВ ЗОСЕРЕДЖЕННЯ НА АКТИВНИХ КАНДИДАТАХ МОЖЕ МАТИ КІЛЬКА ПЕРЕВАГ. САМЕ ЦІ ФАХІВЦІ НАЙБІЛЬШ АКТИВНО ШУКАЮТЬ НОВІ МОЖЛИВОСТІ, ЩО МОЖЕ ПРИЗВЕСТИ ДО БІЛЬШ ЕФЕКТИВНОГО ПРОЦЕСУ НАЙМУ ТА ВИЩИХ ПОКАЗНИКІВ ВІДПОВІДІ. СЕРЕД ОСНОВНИХ НАЙГОЛОВНІШИХ ПЕРЕВАГ НАЙМУ АКТИВНИХ КАНДИДАТІВ МОЖНА ВИДІЛИТИ:

1

Швидка відповідь – активні кандидати, зазвичай, більш відкриті до нових пропозицій роботи та більш чуйні до повідомлень від рекрутерів. Вони активно шукають роботу, перевіряють актуальність своїх профілів і подають заявки на відповідні посади. Як наслідок, вони частіше реагують на пропозиції роботи та запити.

2

Процес найму простіший – оскільки активні кандидати вже є на ринку праці, їх легше ідентифікувати. Емплоєри можуть знайти їх через ярмарки вакансій, онлайн-профілі або оголошення про роботу. Це спрощує процес найму, робить його швидшим і ефективнішим, оскільки допомагає рекрутерам швидко заповнювати відкриті вакансії.

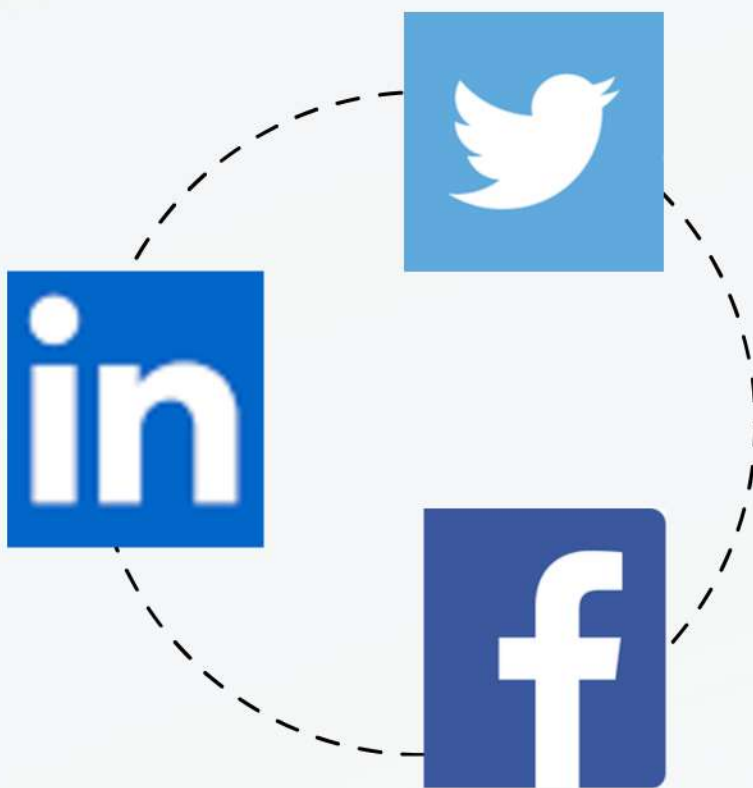
3

Активні кандидати швидше погодяться на пропозиції роботи – на відміну від пасивних кандидатів, які можуть вагатися залишати свою поточну посаду, активні кандидати, швидше за все, приймуть пропозицію про роботу, оскільки вони активно шукають нові можливості.

4

Вони більш мотивовані – оскільки такі кандидати вже перебувають в процесі пошуку роботи або зміни кар'єри, вони виявляють більший ентузіазм і готові досліджувати нові можливості та галузі. Відповідно, це спрощує роботу рекрутера та пришвидшує найм.

АБИ ЗАЛУЧИТИ АКТИВНИХ КАНДИДАТІВ, ЩО ПІДХОДЯТЬ ЦІННОСТЯМ ТА ЦІЛЯМ КОМПАНІЇ, РЕКРУТЕРИ МОЖУТЬ СКОРИСТАТИСЯ НАСТУПНИМИ СТРАТЕГІЯМИ:

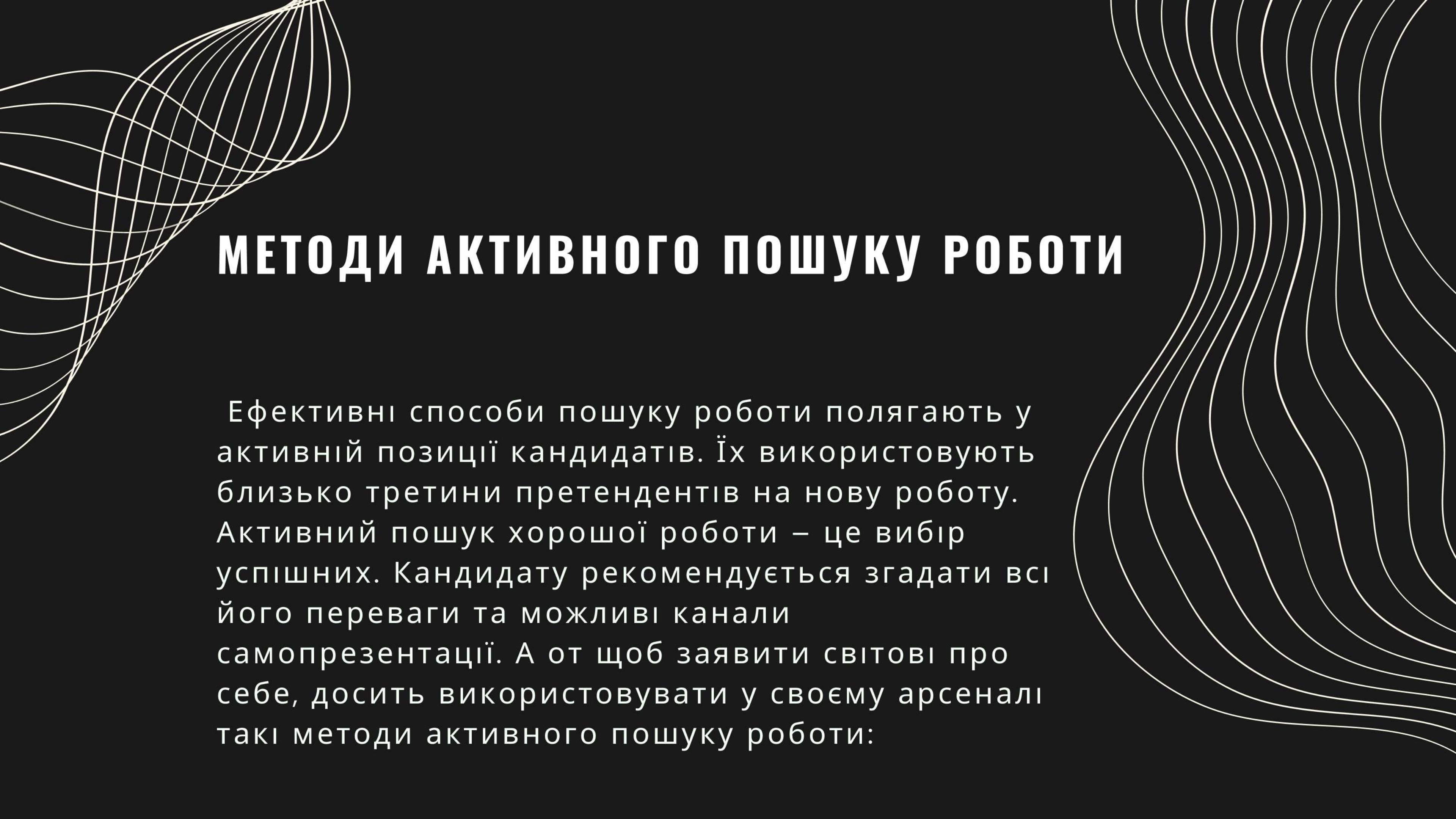


- **Створення сильного бренду роботодавця** – позитивну репутацію роботодавця через культуру компанії, цінності та відгуки працівників допоможе залучити кандидатів, які активно шукають нове робоче місце.
- **Використання цільових оголошень про роботу** – рекламування вакансій на платформах і веб-сайтах, спеціально орієнтованих на активних шукачів роботи, сприятиме більш швидкому залученню кандидатів, які активно шукають нові можливості
- **Використання соціальних медіа** – поширення оголошень про вакансії на таких соціальних медіа-платформах, як LinkedIn, Twitter і Facebook, а також активна участь представників компаній у галузевих дискусіях дасть змогу привернути увагу активних професіоналів.
- **Відвідування ярмарок вакансій і мережових заходів** – варто брати участь у відповідних ярмарках вакансій, виставках та галузевих конференціях, щоб спілкуватися з активними шукачами роботи віч-на-віч. Мережові заходи дають можливість безпосередньо поспілкуватися з потенційними кандидатами та продемонструвати можливості компанії.
- **Пропонування конкурентоспроможної компенсації та переваг** – активні кандидати часто мотивуються привабливими компенсаційними пакетами та перевагами. Тому рекрутерам необхідно провести дослідження ринку, щоб переконатися, що пропозиції компанії конкурентні та привабливі для потенційних кандидатів.

- **Забезпечення позитивного досвіду кандидата** – доцільно спростити процес подання заявки та забезпечити своєчасне спілкування на кожному етапі. Плавний і ефективний процес найму може залучити активних кандидатів, які цінують чуйність і професіоналізм.
- **Постійне вдосконалення стратегії найму** – варто відстежувати ефективність зусиль та відповідно коригувати свої стратегії. Рекрутери мають регулярно переглядати та оновлювати свої методи найму, щоб відповідати потребам і вподобанням активних кандидатів.



ЗНАЮЧИСЬ НА ЦИХ СТРАТЕГІЯХ ЗАЛУЧЕННЯ АКТИВНИХ КАНДИДАТІВ, РАЗОМ ІЗ ТИМ РЕКРУТЕРИ МАЮТЬ РОЗУМІТИ, ЩО ЛИШЕ КОМБІНУВАННЯ ЦИХ СТРАТЕГІЙ МОЖЕ ДОПОМОГТИ ЗАЛУЧИТИ ТА НАЙНЯТИ АКТИВНИХ КАНДИДАТІВ, ЯКІ МОТИВОВАНІ ТА ГОТОВІ ДО СПІЛКУВАННЯ.



МЕТОДИ АКТИВНОГО ПОШУКУ РОБОТИ

Ефективні способи пошуку роботи полягають у активній позиції кандидатів. Їх використовують близько третини претендентів на нову роботу. Активний пошук хорошої роботи – це вибір успішних. Кандидату рекомендується згадати всі його переваги та можливі канали самопрезентації. А от щоб заявити світові про себе, досить використовувати у своєму арсеналі такі методи активного пошуку роботи:

01

МОНІТОРИНГ ВАКАНСІЙ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ – ТАК, НА СЬОГОДНІШНІЙ ДЕНЬ СЛУЖБА ЗАЙНЯТОСТІ ВЕДЕ АКТИВНУ РОБОТУ ЩОДО ЗМЕНШЕННЯ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ:

- практично щодня оновлюється список пропонуваних вакансій;
- проводяться розвиваючі семінари;
- працює програма з перекваліфікації безробітних.

ЦЕ ІДЕАЛЬНИЙ ВАРІАНТ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ДЛЯ ТИХ, ХТО ШУКАЄ ПОСТІЙНУ РОБОТУ З ПОВНИМ СОЦІАЛЬНИМ ПАКЕТОМ ЗА СВОЇМ ПРОФІЛЕМ І, ЯК ВАРІАНТ, ЧЕРГОВИЙ КРОК У КАР'ЄРНИХ СХОДАХ ШЛЯХОМ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ СВОГО ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ;

02

АНАЛІЗ ПУБЛІКАЦІЙ В ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ – НЕ ДИВЛЯЧИСЬ НА ЗБІЛЬШЕННЯ РОЛІ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЖИТТІ ЛЮДИНИ, ПЕВНІ ПОЗИЦІЇ СЕРЕД ВІДОМИХ СПОСОБІВ ПОШУКУ РОБОТИ ЗАЙМАЮТЬ ДРУКОВАНІ ВИДАННЯ.

Саме публікації в газетах стануть корисними, якщо кандидата цікавлять робочі професії, самореалізація у сфері менеджменту і продажів. Єдине, кого варто остерігатися, так це шахраїв, оскільки публікується інформація часто неперевірена;

03

СПІВПРАЦЯ З ПРОВІДНИМИ РЕКРУТИНГОВИМИ АГЕНТСТВАМИ – РЕКРУТИНГОВІ АГЕНТСТВА НА УКРАЇНСЬКІЙ БІЗНЕС-ПЛАТФОРМІ ЗАЙМАЮТЬ ДВОЯКУ ПОЗИЦІЮ. З ОДНОГО БОКУ, НА РИНКУ РЕКРУТИНГУ З'ЯВИЛАСЯ ПЕВНА КІЛЬКІСТЬ НЕСУМЛІННИХ КОМПАНІЙ,

Але з іншого – саме за допомогою провідних професіоналів з підбору кадрів закриваються найбільш високооплачувані вакансії, в т. ч. **посади адміністративного персоналу;**

04

АКТИВНА РОБОТА З ПОПУЛЯРНИМИ САЙТАМИ, ЩО СПЕЦІАЛІЗУЮТЬСЯ НА ПРАЦЕВЛАШТУВАННІ – САЙТИ З ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ – МАБУТЬ, НАЙБІЛЬШ ВИКОРИСТОВУВАНИЙ МЕТОД ПОШУКУ РОБОТИ.

Зрозумілий і зручний функціонал сайту роблять подібні способи пошуку роботи кандидатами досить простими. Кандидат з легкістю може розмістити відразу декілька резюме на декількох сайтах, а також запропонувати свою кандидатуру на вакансію, яка його цікавить

05

НОВІ ФОРМИ ПОШУКУ РОБОТИ – ТУТ МАЮТЬ МІСЦЕ БУТИ ВСІЛЯКІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ, ЯКИМИ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ІНТЕРНЕТ, А САМЕ: БЛОГОСФЕРА, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, РОЗШИРЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОНТАКТІВ.

Ще до моменту офіційної публікації, велика кількість інформації про вільні місця, просочується в мережу.

ТАКИМ ЧИНОМ, ВСІ ПЕРЕРАХОВАНІ МЕТОДИ АКТИВНОГО ПОШУКУ РОБОТИ НАЙКРАЩИМ ЧИНОМ МОЖУТЬ ПОСПРИЯТИ КАНДИДАТУ ПЕРЕЙТИ ДО ПРОЦЕСУ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ У ВСЕОЗБРОЄННІ.

МЕТОДИ ПАСИВНОГО ПОШУКУ РОБОТИ

Буває, що людина давно працює в компанії, і її наче усе влаштовує. Але разом із тим вона не виключає можливість, що десь є робота, посада, умови праці, які є дещо кращими ніж наразі. Виникає ситуація, наче і не хотілося б усе кидати та стрімголов пускатися в пошуки роботи, адже цей процес може затягнутися надовго, а гарантій, що все складеться, немає, але упустити можливість знайти для себе щось ліпше також не хочеться. У такому випадку людина може використовувати методи пасивного пошуку роботи.

З одного боку, вона залишається при справі – відчуває стабільність, продовжує отримувати заробітну плату, а з другого – не виключає можливість з часом отримати більш цікаву пропозицію.

ДО ОСНОВНИХ МЕТОДІВ ПАСИВНОГО ПОШУКУ РОБОТИ КАНДИДАТАМИ МОЖНА ВКЛЮЧИТИ:

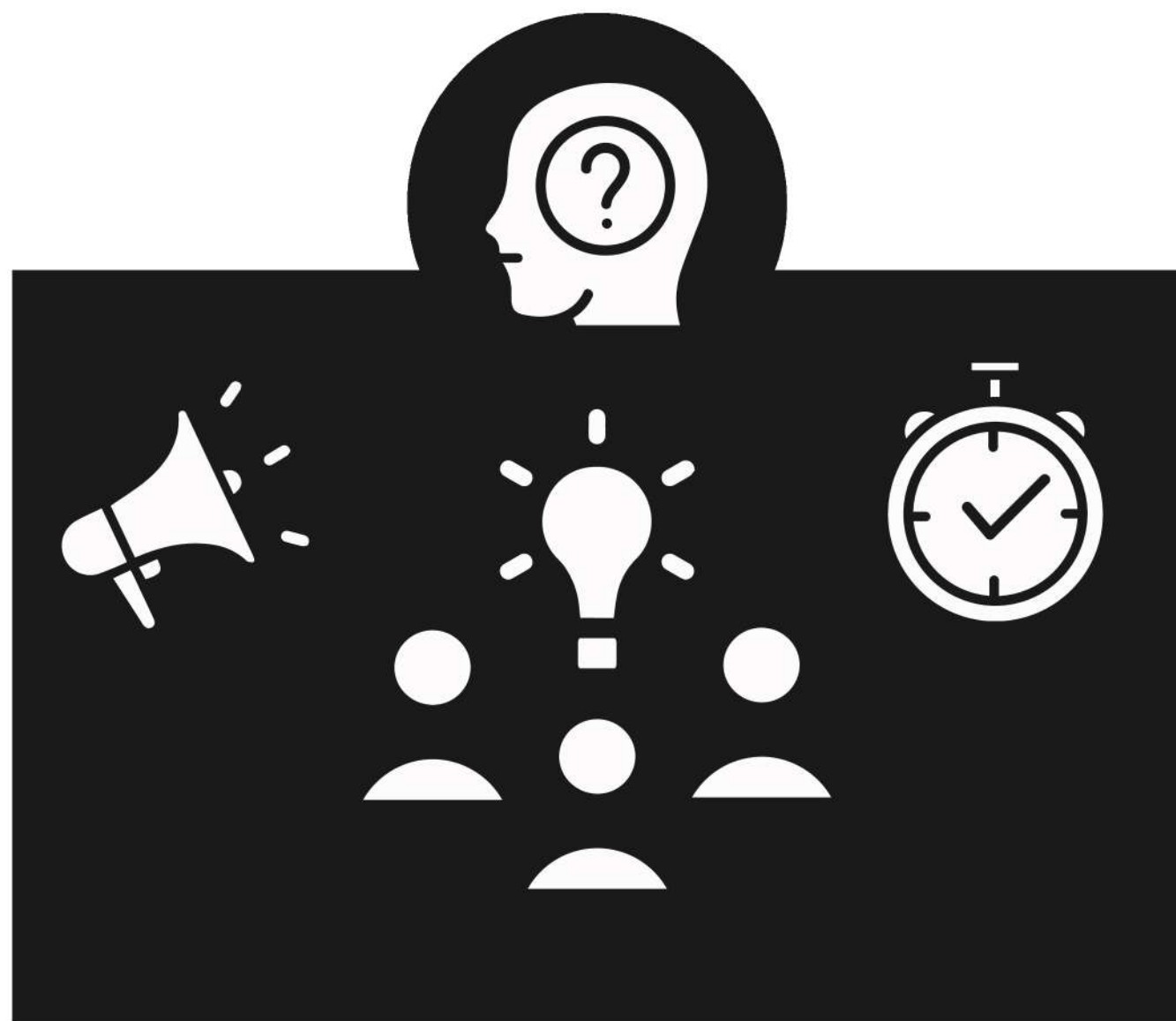
1	Оновлення профілю в соціальних мережах	Важливо фільтрувати інформацію на своїй сторінці: частину, яка стосується приватного життя, можна приховати/скоротити/видалити, а публічною зробити ту, яка стосується досвіду роботи, професійних навичок. Це допоможе рекрутеру отримати актуальну інформацію про кандидата. І вже під час телефонної розмови/зустрічі кандидат буде підтверджувати вказану на сторінці інформацію. Тут головне не забувати оновлювати інформацію про досвід та пройдене навчання (прослухані курси): можливо, рекрутер шукатиме кандидатів саме за цими критеріями.
2	Підписка на розсилки вакансій	Так, кандидат буде отримувати на електронну пошту багато листів з пропозиціями, які, можливо, далекі від того, що його цікавить. Але не слід виключати можливості, що саме вона – робота її мрії, знайдеться таким чином. Доцільно переглядати листи, виділивши для цього 10–15 хв. на день. Так людина, з одного боку, не буде перевантажувати себе, а з іншого – ознайомиться з актуальними вакансіями.
3	Моніторинг сайтів і сторінок роботодавців у соцмережах	Дуже часто про актуальні вакансії в компанії можна дізнатися саме на її сайті та на сторінках у соціальних мережах. Можна скласти перелік бажаних компаній, за новинами яких варто стежити. Або ж, як варіант, про нову вакансію можна дізнатися у стрічці новин компанії у соціальних мережах, необхідно лише підписатися на неї. Варто також зазначити, що в багатьох компаніях вже існують рекрутери-боти. Вони надсилають цікаві вакансії, наприклад, через соціальні мережі Facebook, LinkedIn, або месенджери Telegram, Viber.

4	«Ознайомчі» походи на співбесіди	Якщо справа дійшла до співбесіди, кандидату варто все ретельно продумати та підготуватися до наступних процедур. Необхідно прочитайте якомога більше інформації про компанію, виписати запитання, які виникли, та озвучити їх на наступних зустрічах. Так кандидат дасть зрозуміти, що він цікавиться емплоєром (роботодавцем). Також можна продумати відповіді на стандартний перелік запитань, які ставлять рекрутери. Але робити це потрібно природно, а не розказувати, як завчений напам'ять фрагмент художнього твору. Цікаво, що деякі рекрутери радять час від часу всім ходити на співбесіди «для профілактики» – щоб бути в тонусі, в курсі вимог, не занижувати свою цінність на ринку праці, і не завищувати, вчасно вчитися новому, щоб бути затребуваним.
5	Ярмарки вакансій, дні кар'єри	На таких заходах кандидат може встановити прямий контакт з роботодавцем. Компанії представляють себе та свої досягнення перед потенційними кандидатами на посади. Плюс у тому, що коло осіб обмежене, тому він напряду може поспілкуватися з представниками компаній, обмінятися контактами тощо.
6	Рекрутингові агентства	якщо кандидата цікавить посада в хорошій компанії, він може надіслати своє резюме в рекрутингові агентства. Ймовірно, резюме кандидата збережуть у базі резюме, і якщо агентство працюватиме над релевантною вакансією, його розглянуть. Перед тим, як кандидат потрапить на співбесіду, рекрутер поспілкується з них та обов'язково з'ясує, наскільки вакансія задовольняє його очікування, озвучить рекомендації.

7

Особисті контакти

Знайомі, колишні колеги, родичі, друзі. Головне при цьому – чим ширше коло осіб знають про те, що людина планує змінювати роботу, тим вищі шанси отримати посаду мрії. Рекомендаційний маркетинг (або «сарафанне радіо») в ділі – таке просте прохання поцікавитися у себе на роботі, чи немає потрібних вакансій, може привести людину до омріяної роботи.



Варто пам'ятати, що пасивний пошук роботи може бути корисним не тільки на перспективу, але і в поточній діяльності. Адже, якщо людина вже довго працює в компанії на одній посаді, з часом перестає розуміти, що ринок праці очікує вже більше вмінь та навичок, ніж вона можете запропонувати. А періодично проводячи моніторинг ринку праці (вакансій), людина буде в курсі того, які умови, перспективи, яку заробітну плату пропонують місцеві емплоєри наразі.

ВИКОНАЛА :

**СТУДЕНТКА 1 КУРСУ,
ГРУПА ЕК-8К**

**ГРИБАН
ОКСАНА
МИКОЛАЇВНА**

