

Объявление о вакансии

Кратко о сложном или сложно о кратком

Филин С.А.
filins00@hotmail.com

Написать эту лекцию меня побудили сотни и сотни объявлений о вакансиях, которые я вижу в газетах. И многие из них, если не большинство, вызывают такое количество вопросов, что захотелось поговорить о том, как можно и стоит писать такие объявления.

Но прежде чем писать о содержании объявлений, поговорим о целях. А именно о тех целях, с которыми компании публикуют такие объявления. А цель объявления видимо такая: получить некоторое количество кандидатов, из которых можно будет выбрать подходящего для заполнения вакантной должности. Возникает следующий вопрос: а некоторое количество - это сколько? Ответ может быть парадоксальным - чем меньше кандидатов, тем лучше. И в этом ответе нет ничего удивительного. Процедура набора и отбора кандидатов стоит денег и времени. И чем меньше к нам придет кандидатов, тем дешевле нам обойдется отбор из них. Но это верно при одном условии - объявление о вакансии должно быть составлено настолько точно, чтобы оно отсекало как кандидатов с низкой квалификацией, так и кандидатов, чей уровень сильно превышает квалификационные требования к кандидатам на вакантную должность.

Кто-то может возразить. Ну что плохого в том, что нам подадут документы кандидаты, чья квалификация сильно превышает выставленные нами квалификационные требования. Поясню. Если мы после всех процедур отбора выберем кандидата с большим превышением квалификационных характеристик над квалификационными требованиями, то с большей вероятностью мы можем получить следующие эффекты:

1. Такой сотрудник быстро начнет искать новое место работы;
2. Такой сотрудник быстро начнет бороться за власть и должности;
3. Такой сотрудник изначально будет немотивирован и не будет вовлечен (или увлечен) в работу;
4. Наличие сотрудников с высокой квалификацией на должностях требующих квалификацию значительно ниже разрушает мораль в коллективе.

Я навсегда запомнил одного финансового директора (иностранца), который говорил, что он всего лишь бакалавр, а у него даже уборщицы есть с учеными степенями. Он при этом зазнавался и унижал свой персонал хотя бы такими высказываниями, а персонал (не только эти уборщицы), очевидно, были обижены, что вряд ли сказывалось положительно на атмосфере в коллективе, а в итоге и на производительности. Когда молодой человек смотрит сверху вниз на сотрудника, чей опыт и квалификация в разы превышают достижения этого молодого человека, ничего хорошего с моралью в коллективе не произойдет.

Мне как-то рассказали, что согласно китайского подхода объявление о вакансии должно быть составлено так, чтобы к нам обратился один единственный кандидат и именно тот, который нам подходит. Конечно, составить так грамотно объявление не просто, а скорее всего невозможно. Есть и другая сторона. Одно из предположений и предложений теории управления персоналом говорит о том, что мы не должны останавливаться с набором персонала никогда, даже если у нас нет вакансий. Можно наткнуться на человека, под которого мы специально создадим

должность. Кроме того, если у нас сегодня есть сотрудники, это не значит, что кто-нибудь из них не уволится завтра и нам срочно не понадобится замена. Постоянное формирование базы данных по потенциальным сотрудникам в какой-то момент может сильно помочь нам.

Один из главных инженеров крупного производства в Казахстане сказал, что они подсчитали стоимость замены одного сотрудника на другого в пределах одной должности. Эта сумма оказалась 20 месячных окладов этой должности. Это и стоимость отборочных процедур, и стоимость потерь производительности на период адаптации сотрудника. Так что заполнять вакансии выгодно не просто быстро, а очень быстро.

Вывод из всего этого такой - объявления о вакансиях надо писать очень тщательно и точно. Продумывая его структуру и содержание. Так что давайте разбираться, что и как в него писать.

Примем то, что объявление состоит из нескольких информационных блоков. Не буду говорить о дизайне объявления, о месте расположения каждого информационного блока. Это дело авторов или дизайнеров. Поговорим о содержании этих блоков.

Блок 1. Название фирмы.

Многие компании не публикуют своего названия. Я спрашивал руководителей таких фирм, из каких соображений это делается. Ответ часто парадоксален, чтобы не вызвать шквала документов от возможных кандидатов. Парадоксальность в том, что собственно объявление и публикуется, чтобы вызвать поток заявок. Да, если фирма известна, если критерии в объявлении сильно размыты, то можно ожидать и мощного потока заявлений и резюме. Но гораздо хуже, когда потенциальные кандидаты просматривают объявления и не находя названия фирмы начинают законно сомневаться в том, насколько все остальное заявленное в объявлении соответствует реальности или законна ли деятельность фирмы, подавшей объявление. Согласитесь, велика вероятность того, что совсем маленькая фирма с целью привлечь достойных кандидатов не опубликует свое имя, но объявит себя в этом объявлении крупной. И потенциальные кандидаты это понимают.

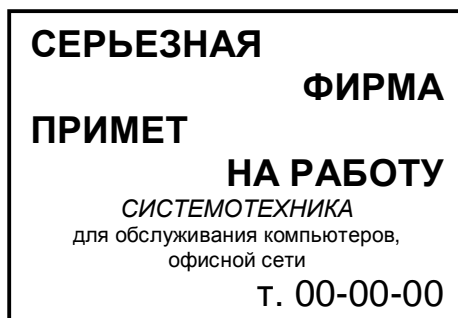
А если это и есть маленькая фирма, то она ничего не выиграет. Дорогие кандидаты придут потом на собеседование и, не встретив ожидаемого, разочаровано пойдут по своим делам.

И еще, раз уж все равно платить за объявление, то опубликовать свое имя, донести его до публики лишней раз святое дело. Это ведь реклама. Посмотрите, как это делает компания Proctor & Gamble. Они развешивают по всей Алматы красочные плакаты с приглашением подавать свои документы. Это создает имидж компании. И не похоже, что они утонули в обилии заявок. А поиск жемчужины в куче... дело кропотливое и не всегда приятное, но результат может быть очень интересным.

Кроме того, это чаще всего заблуждение, что будет шквал желающих. Из общения с сотрудниками кадровых служб по всему Казахстану можно сделать вывод, что специалисты уже везде дефицит. Не дефицит пока неквалифицированные кадры, да и то не всюду. Один из руководителей задал мне вопрос, что делать, когда на объявление о вакансиях шахтеров подали документы всего четыре человека. А

надо значительно больше. Сам факт вопроса говорит о том, что и на рынке низко квалифицированной рабочей силы местами есть очевидный дефицит.

Вывод из всего сказанного - не стоит прятать своего имени. Пользы от этого очевидно нет.



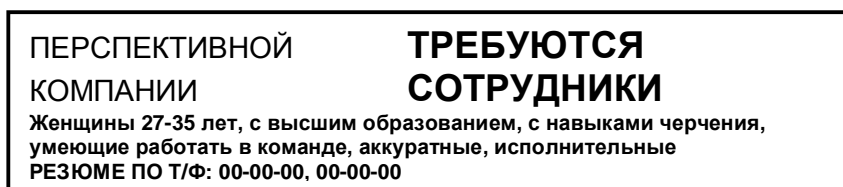
Выше представлено реальной объявление. Я постарался передать макет как можно точнее. Как вы думаете, может ли «Серьезная фирма» давать объявления площадью 8 кв.см. Наверное, им было просто стыдно публиковать свое имя.

Блок 2. Название должности.

Как правило, но не всегда, название вакантной должности в объявлении есть. Однако и здесь есть, о чем поговорить.

Для людей очень важно, как будет называться должность, на которой они собираются работать. Имидж, великий мотиватор. Надо учитывать, что мы живем в Евразии, где достаточно велико влияние «Востока» на культуру и восприятие людей. Так что есть смысл вспомнить, что для «Востока» характерны были яркие, сложные титулы и звания. При этом важно подобрать подходящее название, особенно если это новая должность. Вернее название, которое бы максимально точно отражало бы характер должностных обязанностей. А то можно говорить о том, что у нас скоро каждый кондуктор будет **менеджером** автобуса. Если считать, что менеджер, это человек, руководящий другими людьми, то, похоже, тут противоречий нет?

При определении названия должности важно правило: "Как яхту назовешь, так и поплывешь". Если его не соблюдать, то можно будет столкнуться с ситуациями, когда сотрудник поведет себя не в соответствии с должностными обязанностями, а в соответствии с названием должности. И будет прав.



Скажите, уважаемый читатель, что в этом объявлении есть название должности: **СОТРУДНИКИ** или **Женщины**. Кто придет в эту компанию? Поверит ли специалист такому объявлению?

Блок 3. Квалификационные требования.

Этот раздел объявления также важен. Хорошо написанные требования отсекают тех возможных кандидатов, квалификационные характеристики которых ниже или сильно выше требуемых. Как следствие снизится поток желающих попасть на должность, что в свою очередь облегчает работу и экономит время сотрудников

работодателя (в том числе и руководителей), которые занимаются набором и отбором персонала.

Структура квалификационных характеристик выражается аббревиатурой ASK - (Abilities - способности, Skills - навыки, Knowledge - знания).

Т.е. в квалификационные требования включаются только те характеристики возможного сотрудника, которые необходимы для исполнения служебных обязанностей. При этом **минимально** необходимы. Это называется принцип **минимальной достаточности**. Если требования завысить, то мы можем получить кандидатов, которые переросли вакантную должность, и, следовательно, нам не подходят. Выставление таких требований как пол, возраст, место жительства и т.д. является прямым нарушением статьи 4 закона "О труде", которая прямо запрещает любую дискриминацию по признакам пола, возраста, места жительства, гражданства, религиозной принадлежности, здоровья и т.д. Или по признакам, которые не отражают квалификацию кандидата и не влияют на исполнение служебных обязанностей. Т.е. выставление этих требований, если они не влияют на исполнение служебных обязанностей, может преследоваться по Закону.

Описывать квалификационные требования надо как можно точнее.

ОАО «Корпорация «ЯЯЯЯ»^[1]
проводит набор
МЕНЕДЖЕРОВ

В отдел продаж для работы в г. Астане
предъявляемые требования:
девушки до 35 лет^[2], знания государственного
и иностранных языков, оргтехники
и делопроизводства, привлекательной
внешности и коммуникабельные

ОАО «Корпорация «ЯЯЯЯ»
гарантирует социальную защиту работников
Резюме присылать по факсу: 8 (1111) 00-00-00

Давайте посмотрим на выше приведенное объявление. Вряд ли эти «девушки» будут руководить другими людьми. Следовательно, они никакие не МЕНЕДЖЕРЫ, они СПЕЦИАЛИСТЫ. «Девушки до 35 лет», «привлекательной внешности» не являются квалификационными характеристиками и являются прямым нарушением Закона.

Блок 4. Описание работы.

Есть прямой смысл включить в объявление краткое описание работ, которые необходимо будет проводить на вакантной должности. Это помогает возможным кандидатам понять содержание работы и определить, хотят они или нет заниматься этим. И те, кому не подходит предлагаемый перечень обязанностей не отнимут у нас время и ресурсы при наборе и отборе. А это опять таки экономия средств.

[1] Объявление реальное. Название компании и номер факса изменены из этических соображений.

[2] Подчеркнуто автором статьи

«Все смешалось в доме Облонских...». Скажите, читатель, а действительно должность будет называться так, как это написано в объявлении? «Знание трудового законодательства» и «Опыт работы...» - это квалификационные характеристики, а «Поиск и подбор персонала» - это описание работы. Но давайте «мясо отдельно, мухи отдельно». Что их мешать. Почему одно в середине другого? И что, этот руководитель другим заниматься не будет, только «поиском и отбором»?

**Организация приглашает на работу
РУКОВОДИТЕЛЯ СЛУЖБЫ ПО УПРАВЛЕНИЮ
ПЕРСОНАЛОМ**

Основные требования:

1. *Знание трудового законодательства РК.*
2. *Поиск и подбор персонала.*
3. *Опыт работы на руководящих должностях в кадровых службах.*

Оплата высокая по договоренности.

Факс 000-000

Как вы думаете, сколько означает фраза: «Оплата высокая по договоренности». Возможно то, что по договоренности она может быть и низкой. И потом высокая, это с чьей точки зрения, с точки зрения нищего, или с точки зрения миллионера. Одному на хлеб не хватает, другому на брильянты.

Блок 5. Перечень документов, которые необходимо подавать.

Традиционно фирмы просят присылать CV (Resume). Наша задача при почтении этого документа составить суждение о кандидате заочно, не приглашая его в офис. И пригласить только тех, кто показался нам подходящим.

**Медицинский представитель
(представитель крупной фармацевтической компании)**

Требования: высшее медицинское образование, желателен опыт работы по продажам либо в фармацевтических компаниях, а также знание английского языка. Наличие водительского удостоверения обязательно.

Факс 00-00-00

Но может можно попросить потенциальных кандидатов написать что-то еще? Например, сопроводительное письмо или даже эссе на определенную тему. Такие документы позволят нам получить дополнительную информацию о кандидате, оценить и грамотность, и стилистику кандидата, его умение создать дизайн документа.

Прочитав это объявление, я вспомнил анекдот.

«Летят Петька и Василий Иванович на самолете за штурвалами.

Петька поворачивается к Василию Ивановичу и говорит:

- Командир приборы.
- Восемь, Петька.
- А что восемь, Василий Иванович?

- А что приборы, Петька?»

Вот и мне захотелось спросить авторов этого объявления: «А что Факс?»

Блок 6. Метод подачи документов.

Чаще всего организации просят подавать документы по факсу. Но давайте поймем, что далеко не у всех кандидатов может быть доступ к факсу. С другой стороны качество многих телефонных линий остается низким, что может привести к искажениям при передаче, а значит можно потерять значимого кандидата, скажем, по причине того, что номер его телефона невозможно прочитать. Кроме того, прямо скажем, работать с документами на термобумаге очень неудобно, а копировать их на обычную требует и средств, и времени. Как альтернативы можно предложить:

- прислать документы по электронной почте. Это вполне допустимо для должностей, на которых сотрудники обязаны пользоваться компьютером;
- прислать документы обычной почтой;
- принести документы лично в определенное место. Скажем, на крупных предприятиях можно на проходных повесить почтовые ящики с надписью "Для резюме". А размещение рядом с таким ящиком образцов их составления облегчит потом кадровой службе обработку резюме, поданных в соответствии с образцом.

Международная медицинская организация «Оооооо ООО» -
Мировой лидер в области предоставления медицинских услуг-
проводит набор на кандидатов на должность **МЕДСЕСТРЫ** для
работы по вахтовому методу в Западном Казахстане.

Предъявляемые требования:

- Медицинское образование
- Опыт работы в амбулаторной и экстренной медицине (оказание первой медицинской помощи и реанимация) или в подобных областях медицины не менее 5 лет
- Знание английского языка (устно и письменно)
- Знание казахского языка желательно

Резюме высылать по факсу: 8 (3272) 000000 для _____ или по
электронной почте: _____@klinika.com

В выше приведенном объявлении приведено два способа подачи Резюме, это очевидно лучше, чем один. Только возникает вопрос, а действительно у большинства людей с выше приведенными квалификационными характеристиками есть доступ к факсу или электронной почте. Действительно ли они умеют работать с электронной почтой и смогут отправить Резюме. Знают ли они, что факс можно отправить из подразделений Казахтелекома за плату. Может быть для этой группы надо предусмотреть подачу Резюме обычной почтой.

Блок 7. Сроки подачи.

Важно точно указать срок окончания подачи документов. Это облегчит Вам процедуру отбора. Следует заметить, что начинать процесс отбора до окончания этого срока не рационально, можно выбрать кандидата, принять решение, а потом окажется, что есть более подходящие. С другой стороны кандидаты будут точно знать крайний срок подачи документов. Это избавит вас от потока бумаг по окончании срока. Однако не до конца конечно. Наверняка найдется ряд опоздавших.

И последнее. Это не о последнем блоке, это о содержании всех блоков. Это о ясности формулировок.

Для крупного стабильного банка требуется маркетолог (начальник отдела маркетинга). Требования: мужчина до 40 лет, высшее образование + МВА (желательно маркетинг), аналогичный опыт работы (крупные банки, финансовые и коммерческие структуры, страховые компании, сфера услуг), организаторские способности, умение анализировать, командность, знание английского языка, ПК. Оплата высокая + соц. пакет + обучение.

Если внимательно рассматривать выше приведенное объявление то можно задать ряд вопросов.

1. Кто такой маркетолог? Это чем заниматься?
2. Аналогичный чему именно опыт работы? Такое ощущение, что в приведенном списке нет только силовых структур.
3. Если мы возьмем сто случайных человек, то сколько из них согласится с тем, что у них нет организаторских способностей и умения анализировать?
4. Кто знает, что такое «командность»?
5. Что означает «знание английского языка»? Это сколько и как? Если я знаю пару слов, то это знания или нет?
6. Что такое «ПК»? Я было решил, что это Пожарный Кран? Но мне подсказали, что это РС. И если это действительно РС, то что именно этим хотели сказать авторы объявления?

Вам представлено основное содержание объявления о вакансии. Порядок изложения выше приведенных блоков и дизайн - дело ваше. А вот само наличие этих пунктов и точное их прописывание приведет к уменьшению количества кандидатов и улучшению их качества, что, безусловно, выгодно организации, публикующей такое объявление.

Алматинский филиал компании
«Дададада дада дадада INC.»
объявляет о наборе на
вакансию АУДИТОРА в г. Алматы

Обязанности включают в себя выполнение и помощь в выполнении следующего:

- Планирование внутреннего аудита компании, подготовка аудиторских программ.
- Определение аудиторских процедур.
- Выполнение профессионального аудита в соответствии с утвержденной программой аудита.
- Подготовка устных и письменных презентаций.
- Рекомендации по устранению недостатков, предложения по улучшению ведения операций и уменьшению затрат.

Квалификационные требования:

- Степень по бухгалтерскому учету.
- Сертификат о прохождении экзамена (наличие или в процессе получения)
- Три года практического опыта аудиторской работы.
- Предпочтителен опыт работы в иностранных компаниях.
- Предпочтительно знакомство с бухгалтерскими стандартами GAAP.
- Предпочтительно свободное владение казахским, русским и английским языками.
- Желательный и способный работать в командировках вне Алматы.

Просьба выслать Ваше резюме и 2 рекомендательных письма от предыдущих работодателей (в случае наличия таковых) по следующему адресу: тел. 8 – (3272) 000000 факс: 8 (3272) 000000
вниманию Ивана Иванова
эл. почта ivan@ivan.kz

*По рассмотрении заявлений компания будет проводить обсуждение
должностной инструкции с наиболее подходящими кандидатами*

Приведенное выше объявление является одним из немногих приятных исключений из общей массы таких объявлений. Хотя придраться, конечно, можно и к нему.

И последнее замечание. Частой причиной того, что компании не публикуют таких подробных объявлений, как описано выше, является желание сэкономить на площади и, следовательно, на стоимости публикации. Но если посмотреть на это другими глазами, то выяснится, что затраты ресурсов и времени специалистов на набор и отбор среди большого количества неподходящих кандидатов зачастую в разы превышают стоимость объявления. С другой стороны, неточно написанное объявление приводит к тому, что документы подают неподходящие кандидаты. Это приводит к неоправданному удлинению сроков набора и отбора. А в это время та работа, которую должен выполнять нанимаемый сотрудник не делается, что приводит к убыткам, к потерям дохода, даже не прибыли. Хороший руководитель легко посчитает убытки от отсутствия одного сотрудника на рабочем месте за один день. Вот и решайте, как составлять объявления о вакансиях.