**Мир полиграфических услуг**

В полиграфии печатник — одна из ключевых фигур. Чтобы стать хорошим печатником, необходимы образование, опыт работы, ответственность и желание добиваться высоких показателей

Наша многолетняя работа в сфере подбора персонала показала, что хороших работников, особенно ключевого персонала, на всех не хватает. Но с другой стороны, много работодателей, по различным внутренним причинам, не хотят видеть у себя в организации хороший, сильный персонал, для них важнее — послушный. По-этому, если у вас хороший менеджмент, вы можете стать тем, кто соберет у себя отличную команду.

Как же найти печатника, с учетом того, что в России появилось то, чего раньше не было — рынок труда, где работник и работодатель ищут друг друга?

Существует 4 способа поиска персонала. В каждом из них есть свои варианты. Давайте рассмотрим достоинства и недостатки этих способов.

1. Поиск среди знакомых или через друзей. Взять на работу знакомого, казалось бы хорошо — вы знаете этого человека, его плюсы и минусы, испытываете к нему доверие. Но, скорее всего, вы не общались с ним какое-то время, за которое он мог измениться и вы получите не того человека, которого ожидали. Кроме того, знакомый, которого приглашают на работу, всегда бессознательно ожидает каких-то преимуществ и поблажек для себя. Поэтому будьте осторожны при приеме. Тщательно оговорите объем работ, последствия брака, сверхурочные работы, наличие премий и льгот, зарплату. И не стремитесь сблизиться. Есть хорошая поговорка: «Не может быть бизнеса, основанного на дружбе, хотя может быть дружба, основанная на бизнесе».

Искать печатника или любого другого специалиста через знакомых — самый рискованный вид поиска. Зачем ваш знакомый-полиграфист отдаст вам хорошего работника? У него что, их избыток? Если же он не полиграфист, то зачем он будет тратить свое время на ваш успех? Скорее к вам попытаются пристроить своего родственника или знакомого, которому нужна работа, независимо от той квалификации, которая требуется вам. И потом, если кандидат окажется неподходящим, наделает вам брака — вы потеряете дружбу из-за него?

2. Самостоятельный поиск

l Можно развесить объявления с вакансией около полиграфических предприятий. Раньше такими объявлениями пестрила вся Москва. Плюс этого метода — сейчас так практически никто не ищет, т.е. шансы вашего объявления быть замеченным возрастают. Недостаток — такие объявления быстро обрывают.

l Можно дать объявление с вакансией в газету. Лучше всего подходят газеты: «Работа для Вас» (понедельничный выпуск), «Из рук в руки». Они также выходят во всех крупных областных городах, наряду с местными газетами о работе. Если печатник дорогой (зарплата свыше 700$), то объявление надо дублировать в еженедельнике «Элитный персонал» (выходит только в Москве). Практика показывает, что давать вакансии надо не менее чем в 2-х выпусках, лучше в 4-х.

l Можно искать кандидатов через Интернет. В Интернете фирмы могут бесплатно «вывешивать» свою вакансию и так же бесплатно можно просматривать резюме кандидатов. Наиболее подходящие сайты это: job.ru, job-today.ru, rdw.ru, 1000jobs.ru, SuperJob.ru, zarplata.ru. В регионах — свои сайты.

Достоинство этого метода в том, что в Интернете ищут работу более «продвинутые» кандидаты. Недостаток — даже в Москве компьютеры есть только у 6% населения, а на работе печатник, как правило, не имеет доступа к Интернету. Впрочем, он может попросить кого-то из знакомых о помощи, но все равно это сужает аудиторию кандидатов.

Достоинство поиска через печатные СМИ — наибольший охват рынка кандидатов. Серьезный недостаток заключается в том, что работу через такие газеты ищут в подавляющем большинстве слабые и средние кандидаты. В ответ на объявление вы можете получить пачку резюме, но все равно не найдется подходящего печатника.

Достоинства выше перечисленных методов поиска печатника — в относительной дешевизне. Недостатки же принципиальные и состоят в том, что, во-первых, хорошие печатники (как впрочем и другие хорошие работники) работу имеют и объявления с вакансиями читают 1 раз в 2–3 года — это среднее время работы в организации хорошего специалиста. Во-вторых, кто будет вести первичный отбор печатника? Да еще подходящего под стиль работы именно в вашей организации? Легко может случиться, что в ворохе анкет и резюме вы не заметите того единственного, который мог бы плодотворно работать именно у вас. Наши неоднократные, совместно с различными работодателями, подсчеты показали, что стоимость самостоятельного подбора обходится от 2 до 4 месячных зарплат специалиста невысокого уровня. Высококлассного специалиста самостоятельно вы скорее всего сами не найдете.

Если вы хотите с какой-либо гарантией получить хорошего кандидата, то следует обращаться к посредникам, работающим на рынке труда.

3. «Внутренний» посредник

Менеджер по персоналу с функциями рекрутера (специалиста по подбору персонала) — ваш первый «внутренний» посредник.

Многие организации вводят у себя должность менеджера по персоналу — рекрутера. Но, во-первых, небольшим организациям, с численностью работающих до 50 человек, это просто не под силу — лишние затраты. Во-вторых, если трудно найти хорошего печатника, то почему легко найти для себя хорошего рекрутера? Печатников хотя бы готовят училища и ВУЗы, а рекрутеров никто не готовит. А там, где готовят менеджеров по персоналу, обучение оставляет желать лучшего.

4. Служба занятости

Практика показала, что хорошие специалисты не ищут работу через службу занятости. Туда, в основном, обращаются лица, которым нужно пособие по безработице, а не работа. Впрочем, определенная часть хороших специалистов, наших соотечественников из стран СНГ, иммигрируя в Россию, становятся на учет в службе занятости и вам может повезти.

5. Кадровые агентства

При обращении к агентству следует знать, в какой ценовой нише оно работает, какой уровень услуг и кандидатов представляет. Хотя многие агентства утверждают, что они могут подобрать любые кадры от низового персонала до генерального директора, от рядового исполнителя до «ключевого» специалиста, это не так.

На наш взгляд, агентства можно разделить на 4 типа.

1. «Скрининговые» поверхностные агентства

Способны осуществить только первичный подбор кандидатов по формальным признакам: возраст, пол, опыт, оборудование и т.п. Имеют базу кандидатов. Работают за 0,8 -1,0 зарплату кандидата, но и не представляют ничего, кроме резюме, которые сами выбирают из Интернета и из газет. Время выполнения заказа от 3 дней до тех пор, пока не предоставят нужное резюме или Заказчик откажется от услуг. Работают без предоплаты. Трудятся в них наименее квалифицированные специалисты. Ведь, чтобы принять резюме и отправить его работодателю, квалификация психолога, менеджера, рекрутера и т.п. не нужна. Уровень сервиса низкий.

2. «Рекрутинговые» агентства

Проводят поиск не только по формальным признакам, но и интервьюируют кандидатов с целью определить их деловые возможности, мотивацию и психотип. Есть база кандидатов. Стоимость услуг 1–2 зарплаты. Время выполнения заказа от 2 до 4 недель. Предоставляют на выбор 3–5 кандидатов. Гарантия подбора до 3-х месяцев. В случае увольнения кандидата в течение гарантийного срока 1 раз бесплатно делают замену, деньги, как правило, не возвращаются. Уровень сервиса низкий или средний.

Сложность работы с этой, самой многочисленной группой агентств в том, что они — очень «разнородные». Часть агентств по технологиям поиска и оценки кандидатов осталась на 1 уровне, но презентируют себя как рекрутинговые агентства. Другие улучшили бизнес: ввели психолога для собеседований, повысили квалификацию своих рекрутеров, обновляют базы данных. Но часто руководят такими агентствами люди, проработавшие в этом бизнесе всего 1–2 года: психологи, социологи без знания реального бизнеса и без практики менеджмента. Текучка рекрутеров высокая, качество подбора слабое. Заказчику может повезти, и он получит хорошего кандидата, а может не повезти и он скоро уволит кандидата.

Если руководитель может позволить себе минимизировать риски, связанные с некачественным подбором и его последствиями, ему лучше обратиться в агентство из 3 группы.

3.Высококачественный рекрутинг и executive search (качественный поиск)

Руководители определенной части кадровых агентств (как правило, сами проработавшие в этом бизнесе более 5 лет), в результате разнообразной учебы у западных рекрутеров и собственного опыта работы, в корне улучшили технологии поиска, оценки и представления кандидатов.

Во-первых, тщательно «снимается» заказ: требования к кандидату и результатам его работы. Изучается рабочее место и сама компания-заказчик: место на рынке, конкуренты, объемы работы, оргкультура и т.д. Во-вторых, кандидат ищется не столько по базе, через СМИ и Интернет, сколько активным поиском — в тех организациях, где он успешно работает. В-третьих, тщательно проводятся собеседования, на которых всесторонне исследуется личность кандидата, его деловые возможности и мотивация, проверяются рекомендации. Собирается дополнительная информация с прежних мест работы о деловых результатах, успехах и поведении кандидата. В результате кандидат подходит к Заказчику, как «ключик к замочку». Поскольку объем собираемой информации и тщательность отбора значительно выше, чем при обычном рекрутинге, то и стоимость таких услуг 25–35% от годового заработка кандидата.

Длительность подбора от 1 до 3 месяцев. В итоге представляют 1–3 кандидатов. Гарантии от 3-х до 6 месяцев, хотя главная гарантия — сама технология работы, которая предусматривает поэтапный контроль за результатами подбора, как в ISO 9000. Подбирается средний, высший и ключевой персонал. Технология работы и качество подбора практически такие же, как у агентств следующего типа, но выросли они на нашей почве и стоимость услуг ниже. Еще одна особенность — такие агентства умеют работать не только с брендовыми российскими компаниями, но и с теми, кто не давно на рынке и не имеет особых конкурентных преимуществ.

4. Классические executive search, или как их еще называют «хэд-хантинговые» агентства. Пришли к нам с Запада. Подбирают топ-менеджеров и ключевой персонал. Основной метод подбора — активный поиск кандидатов в фирмах по профилю Заказчика, среди тех, кто уже доказал, что он успешен на рынке, может усилить бизнес и, соответственно, сам много стоит. Когда круг потенциальных кандидатов определен, сужен до тех, кто подходит для работы в кампании Заказчика, избранным делается предложение о смене места работы. Обычно это — 1–2 кандидата.

Работа ведется от 3-х до 6-ти месяцев. Гонорар агентства высокий: 30–40% годового заработка.

В рекрутерском сообществе распространена информация: в Москве работает около 300 агентств и частных рекрутеров. 20% из них занимаются скринингом, 65% — типичным рекрутингом, 10 % — рекрутингом и executive search и 5% —классическим executive search.

Подытожим

Если у вас мало средств, требования к печатнику не высоки, его зарплата не превышает 400$, то вам лучше искать самостоятельно, в службе занятости или через агентства 1-го или 2-го типа. Если вы твердо знаете, что вам нужен хороший печатник, с зарплатой выше 500$, то следует обратиться в агентство 3-го типа. Затраты оправдают себя.

Правда в Москве таких не более 5. Следует потратить некоторое время и средства, чтобы найти такое агентство и затем сотрудничать с ним, когда возникает потребность.